

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE
UN PROGRAMA DE EDUCACIÓN VIAL PARA
ESTUDIANTES DE COLEGIOS SECUNDARIOS EN LA
CIUDAD DE CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORES:

Jorge Luis, Mundaca Quiroz
Lester Leonel, Lozano Labán

Chiclayo, 05 de Diciembre del 2016

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA DE EDUCACIÓN VIAL PARA ESTUDIANTES DE COLEGIOS SECUNDARIOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO

AUTORES:

Jorge Luis, Mundaca Quiroz

Lester Leonel, Lozano Labán

Presentada a la Facultad Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo para optar el
Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Carlos Vargas Orozco

Presidente de Jurado

Mgtr. Marco Arbulú Ballesteros

Secretario de Jurado

Mgtr. Rafael Martel Acosta

Asesor del Proyecto de Tesis

CHICLAYO, 2016

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de tesis a Dios y a nuestros padres. A Dios porque ha estado con nosotros en cada paso que damos, cuidándonos y dándonos la fortaleza para poder continuar, a nuestros padres, quienes a lo largo de nuestras vidas han velado por nuestro bienestar y educación siendo nuestro apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada paso que damos sin dudar ni un solo momento de nuestra inteligencia y capacidad.

Mundaca Quiroz, Jorge
Lozano Labán, Lester

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy especial a nuestro asesor de tesis el Mg. Rafael Martel Acosta por su orientación y ayuda que nos brindó para la realización de esta tesis que nos ha permitido aprender mucho más de lo estudiado en el proyecto. Y también agradecer a todos nuestros profesores por brindarnos su ayuda y conocimientos que nos ha permitido concluir este proyecto.

Mundaca Quiroz, Jorge

Lozano Labán, Lester

RESUMEN

La presente investigación se denomina: Plan de negocios para la elaboración de un programa de educación vial para estudiantes de colegios secundarios en la ciudad de Chiclayo, en la cual se utilizó la metodología de tipo descriptivo porque nos permitió describir los datos de cada uno de los colegios secundarios que tiene la ciudad de Chiclayo, y tiene un diseño cuantitativo ya que se emplearon medios estadísticos tradicionales para medir los resultados de manera concluyente. El objetivo general fue: Proponer la creación de un programa interactivo de educación vial para estudiantes de colegios secundarios de la ciudad de Chiclayo. Los hallazgos obtenidos fueron: Para la viabilidad estratégica se realizaron actividades como por ejemplo: Crear un área especializada para atender al cliente., Desarrollo de Tecnologías de Información: Central telefónica, Página web, cuenta Facebook. En el caso de la viabilidad de mercado se contabilizó las instituciones privadas potenciales dando como resultado 75 centros educativos. Para la viabilidad organizacional y administrativo se registró la institución en SUNAT y en registro públicos, asimismo se pudo organizar la cultura empresarial de la empresa definiendo los principios corporativos, misión, visión, etc. Con respecto a la viabilidad técnica – operativa la organización cuenta con la suficiente infraestructura y personal capacitado para llevar a cabo las capacitaciones en los centros educativos contando para ello con un software especializado sobre educación vial. Con respecto a la viabilidad económica -financiera se establecieron las actividades financieras obteniendo una flujo de caja proyectado a 5 años con cantidades positivas y con indicadores económicos como el Van, TIR y Punto de Equilibrio el cual sus indicadores son positivos y viables.

Palabras claves: Plan de negocios, Educación vial colegios secundarios.

ABSTRACT

This research is called: Business plan for the development of a driver education program for high school students in the city of Chiclayo, the overall objective was: To propose the creation of an interactive driver education program for students of secondary schools the city of Chiclayo. The findings were: For the strategic viability activities were conducted such as: Create a specialized area to serve the customer, Development of Information Technology. Switchboard, Website, Facebook account. In the case of potential market viability private institutions resulting in 75 schools were counted. For organizational and administrative viability of the institution and in public registers SUNAT recorded, I can also be organized business culture of the company defining the corporate principles, mission, vision, etc. With respect to the technical feasibility - operating the organization has sufficient infrastructure and trained to conduct the training in schools counting with a specialized software on road safety education personnel. With regard to the economic viability -financial financial activities were established by obtaining a projected cash flow to 5 years with positive quantities and with economic indicators such as NPV, IRR and Breakeven which indicators are positive and viable.

Keywords: Business Plan, Driver Education Secondary schools

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

I.	INTRODUCCIÓN.....	13
II.	MARCO TEÓRICO.....	16
2.1.	Antecedentes.....	16
2.2.	Condiciones de Entorno	18
2.2.1.	Política	18
2.2.2.	Social Cultural.....	19
2.2.3.	Económico.....	19
2.2.4.	Tecnológico.....	20
2.2.5.	Ecológica	20
2.3.	Definición de términos básicos.....	21
III.	DISEÑO METODOLÓGICO	22
3.1.	Tipo y diseño de investigación	22
3.2.	Área y línea de Investigación	22
3.3.	Población, muestra y muestreo	22
3.3.1.	Población.....	22
3.3.2.	Muestra	23
3.3.3.	Muestreo probabilístico aleatorio simple.....	23
3.3.4.	Identificación y Operacionalización de variables	24
3.4.	Métodos.....	25
3.5.	Recolección de datos	25
3.6.	Procesamiento y análisis de datos	25
IV.	PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO	26
4.1.	Viabilidad estratégica	26
4.1.1.	FODA	28
4.1.2.	Matriz de Evaluación de Factores Externos (MATRIZ EFE)	30
4.1.3.	Matriz de Evaluación de Factores Internos (MATRIZ EFI)	31
4.2.	Estudio de Mercado	34

4.2.1.	Objetivos	34
4.2.2.	Herramientas de Marketing	34
4.2.3.	Estrategias de marketing	35
4.2.4.	Análisis de la Demanda	37
4.2.5.	Análisis de la oferta	40
4.2.6.	Marketing Mix	41
4.2.7.	Calendario de actuación y delimitación de medios.	43
4.3.	Plan Organizacional	44
4.3.1.	Nombre de la empresa	44
4.3.2.	Giro de la empresa	44
4.3.3.	Misión	44
4.3.4.	Visión	44
4.3.5.	Valores	44
4.3.6.	Organigrama	45
4.3.7.	Manual de Organización y Funciones (MOF)	45
4.3.8.	Forma Empresarial y Razón Social	49
4.3.9.	Legislación Tributaria de la Empresa	49
4.4.	Viabilidad Técnica Operativa	56
4.4.1.	Proceso de tecnología	56
4.4.2.	Funcionamiento del producto o servicio	61
4.4.3.	Servicio	62
4.4.4.	Ubicación del local	63
4.4.5.	Flujograma tecnológico	65
4.5.	Viabilidad Económica	67
4.5.1.	Pronóstico de Ventas	67
4.5.2.	Presupuesto de materia prima mensual	68
4.5.3.	Presupuesto de mano de obra directa	69
4.5.4.	Presupuesto de costos capacitación	69
4.5.5.	Presupuesto De Gastos De Ventas	70
4.5.6.	Presupuesto de gastos de administración	71
4.5.7.	Presupuesto de gastos financieros	73
4.5.8.	Resumen Presupuestos Mensual	74
4.5.9.	Costo Total de Producción	75
4.5.10.	Flujo de caja proyectado	76

4.5.11.	<i>Estado de resultados proyectado</i>	77
4.5.12.	<i>Ratios</i>	78
4.5.13.	<i>Punto de Equilibrio Mensual</i>	79
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
5.1.	Conclusiones.....	80
5.2.	Recomendaciones	81
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
VII.	ANEXOS	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	24
Tabla 2. CANVAS.....	26
Tabla 3: Factores de Éxito EFE.....	30
Tabla 4: Factores de éxito EFI	31
Tabla 5: Establecimientos de Estrategias y metas y objetivos estratégicos	33
Tabla 6. Análisis de la demanda	37
Tabla 7. Precios.....	42
Tabla 8. Calendario de actuación y delimitación de medios	43
Tabla 9. Socios	49
Tabla 10. Derechos de pago.....	55
Tabla 11. Ficha Técnica Laptop	58
Tabla 12. Pronóstico de ventas	67
Tabla 13. Presupuesto de materia prima mensual	68
Tabla 14. Presupuesto de mano de obra directa	69
Tabla 15. Presupuesto de costos capacitación.....	69
Tabla 16. Presupuesto De Gastos De Ventas	70
Tabla 17. Presupuesto de gastos de administración.....	71
Tabla 18. Presupuesto de gastos financieros	73
Tabla 19. Resumen Presupuestos Mensual.....	74
Tabla 20. Costo Total de Producción	75
Tabla 21. Flujo de caja proyectado.....	76
Tabla 22. Estado de resultados proyectado	77
Tabla 23. Ratios.....	78
Tabla 24. Punto de Equilibrio Mensual.....	79
Tabla 25. ¿Cargo en el centro educativo?.....	90
Tabla 26. : Sexo	91
Tabla 27. ¿Cree usted que la Educación Vial debería ser obligatoria en los colegios?.....	92

Tabla 28. ¿Cree usted que a Chiclayo le hace falta más seguridad Vial?	92
Tabla 29. ¿Cuál piensa que es la mejor forma de evitar que haya accidentes de tránsito?	94
Tabla 30. ¿Cree usted que sus alumnos de su colegio les interesarían llevar un programa de educación vial?	95
Tabla 31. ¿Cómo ve usted la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios de la ciudad de Chiclayo?	96
Tabla 32. Si le parece interesante ¿Le gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio?	97
Tabla 33. ¿Le gustaría obtener un programa interactivo de educación vial en el cual explique y concientice a sus alumnos acerca de la seguridad vial en la ciudad de Chiclayo?	98
Tabla 34. ¿Cree usted que al tener un programa de educación vial en su colegio le daría un valor agregado?	99
Tabla 35. ¿Qué le gustaría encontrar de contenido en el programa?	100
Tabla 36. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este programa?	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de página web	35
Figura 2. Redes sociales Facebook	36
Figura 3. VialCix.....	41
Figura 4. Organigrama estructural	45
Figura 5. capacitando a los estudiantes.....	62
Figura 6. Localización.....	63
Figura 7. Micro ubicación: Calle Torres Paz 785 - Chiclayo.....	63
Figura 8. Plano del local	64
Figura 9. Flujograma tecnologico	65
Figura 10. Arquitectura del sistema.....	66
Figura 11. ¿Cargo en el centro educativo?	90
Figura 12. Sexo.....	91
Figura 13. ¿Cree usted que la Educación Vial debería ser obligatoria en los colegios?	92
Figura 14. ¿Cree usted que a Chiclayo le hace falta más seguridad Vial?	93
Figura 15. ¿Cuál piensa que es la mejor forma de evitar que haya accidentes de tránsito?	94
Figura 16. ¿Cree usted que sus alumnos de su colegio les interesaría llevar un programa de educación vial?	95
Figura 17. ¿Cómo ve usted la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios de la ciudad de Chiclayo?	96
Figura 18. Si le parece interesante ¿Le gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio?	97
Figura 19. ¿Le gustaría obtener un programa interactivo de educación vial en el cual explique y concientice a sus alumnos acerca de la seguridad vial en la ciudad de Chiclayo?	98
Figura 20. ¿Cree usted que al tener un programa de educación vial en su colegio le daría un valor agregado?	99
Figura 21. ¿Qué le gustaría encontrar de contenido en el programa?	100
Figura 22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este programa?	101

I. INTRODUCCIÓN

Desde 1974, la Organización Mundial de la Salud (OMS) considera los accidentes de tránsito como un problema de salud pública, problema que se ha venido agravando con el tiempo. Las tendencias actuales indican que si no se toman medidas urgentes, los accidentes de tránsito se convertirán en el 2030 la quinta causa de muerte. Según la OMS cada año se producen en todo el mundo aproximadamente 1,24 millones de muertes como consecuencia de los accidentes en las vías de tránsito y otros 50 millones sufren traumatismos. El 80% de las muertes se producen en los países de ingresos bajos y medios que representan el 72% de la población mundial, que tan solo tienen el 52% de los vehículos del mundo. El tema de la Seguridad Vial, se presenta como uno de los problemas que están afectando la salud pública, y sin ser un elemento extraño que necesita antídoto químico para su tratamiento o prevención, se presenta cada vez de forma creciente y es un factor de alto índice de muertes en el país y el mundo, en el Perú tiene la segunda tasa más alta de América latina con 21,5 por cada 100 mil habitantes, solo superados por Venezuela. En nuestro País existe un encarecimiento de cultura en las personas, en el sentido que se tiene el pensamiento erróneo en el cual “el más vivo gana”. Lamentablemente, a nuestro parecer, este pensamiento ha sido inculcado desde los valores que le brindan los padres a sus hijos en casa. Es por eso que podemos separar el problema vial en tres grandes categorías: La cultura del conductor al manejar en la ciudad, la excesiva cantidad de automóviles y la falta de una adecuada distribución e infraestructura en el país, estos radican en un desorden descomunal y en el exceso de velocidad de algunos conductores. En la actualidad el Perú se encuentra en notorio crecimiento, el cual trae consigo mayores problemas como el aumento de accidentes de tránsito, debido a su relación directa con el crecimiento poblacional, económico, urbano, etc. Dado esto se ve la necesidad de hacer correcciones en la Seguridad Vial existente para poder prevenir los accidentes de tránsito. La educación es uno de los principales factores a intervenir para lograr una

verdadera mejora en las estadísticas de accidentes de tránsito a nivel nacional, es por esto que la presente tesis se enfoca en proponer la elaboración de un programa de educación vial en los colegios secundarios.

Se entiende por Educación Vial a aquel tipo de educación que se basa en la enseñanza de hábitos y prácticas que tengan como bien final la protección y cuidado de los individuos que transitan por la vía pública. Según la Dirección Nacional de Estadística de la Policía Nacional Del Perú la Ciudad de Chiclayo (Lambayeque), ocupa el quinto lugar en accidentes de tránsito, el 91% de estas son generadas por factor humano, ello lo podemos percibir cuando transitamos las vías de la ciudad; encontramos personas que transitan por las calzadas (pistas), pero esta situación es generada en determinados espacios de la ciudad porque las aceras están ocupadas por comerciantes o ciudadanos que han instalado algún tipo de actividad. Otro componente ligado al factor humano, es el generado por el consumo de alcohol, sobre todo los fines de semana, donde el peatón (en algunos casos), como el conductor, se convierten en autores de los accidentes; en ambos por no ser conscientes de los riesgos que significa transitar en ese estado por las diversas vías, ambos actuando temerariamente. Estadísticamente en nuestra ciudad los accidentes de tránsito se producen por exceso de velocidad en un 31,15% al igual que la imprudencia del conductor, el 18,57% por ebriedad del conductor, 6,51% por imprudencia del peatón, el 4,40% por falla mecánica, el 2,03% exceso de carga en los vehículos, el 1,35% por desacato a las señales de tránsito, el 1,24% por las vías en mal estado y el 0,28% por falta de luz. Es por eso que desarrollaremos permanentes acciones de sensibilización y capacitación a los estudiantes a través de nuestro programa de educación vial. Lo que se busca es satisfacer la escasez de conocimientos viales que tienen los jóvenes en la ciudad de Chiclayo (Lambayeque), mediante el uso de la tecnología informática que nos permita adquirir conocimientos y actitudes para la seguridad vial. En el mercado Chiclayano no existe un programa interactivo que puedan ofertar la enseñanza de la educación vial, que pueda brindar estos conocimientos a los jóvenes que cursan el 4° y 5°

año de secundaria, que al cumplir los 18 años serán ciudadanos reconocidos por la ley y seguramente quieran obtener una licencia de conducir. Este programa propuesto busca ser innovador, interactivo y fácilmente entendible por los jóvenes estudiantes, que para que tomen conciencia de lo que puede ocasionar los accidentes de tránsito.

Para conseguir dicho propósito fue necesario contestar la pregunta principal de la investigación: ¿Será viable la propuesta de creación de un programa interactivo de educación vial para los estudiantes de los colegios secundarios en la ciudad de Chiclayo?

Como una posible respuesta anticipada al problema de investigación, se consideró que para la elaboración de un programa interactivo de educación vial, se contabilizó un total de 75 centros educativos, los cuales vendrían a ser nuestros clientes potenciales.

Para lograr dar respuesta a la cuestión general del problema de investigación se creyó conveniente establecer como objetivo principal: Proponer la creación de un programa interactivo de educación vial para estudiantes de colegios secundarios de la ciudad de Chiclayo. Asimismo se establecieron objetivos específicos relacionados con nuestras cinco dimensiones, como determinar la viabilidad estratégica, de mercado, organizacional y administrativo, técnica – operativa y económica – financiera, para la elaboración de un programa interactivo de educación vial para estudiantes de colegios secundarios.

El presente programa de educación vial está diseñado con el objetivo de cambiar el comportamiento irresponsable que tienen los conductores de tránsito y de esta manera poder contribuir a la reducción de número de accidentes, fomentando la educación vial en la ciudad de Chiclayo.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Astorga (2011). En su trabajo de investigación denominado: “Plan de Negocio para un Centro de Desarrollo Profesional para Trabajadores del Área de la Belleza en Santiago y Regiones” Universidad de Chile. El objetivo del presente trabajo es:

La elaboración de un plan de negocios para una empresa de capacitación especializada en cursos de belleza llamada Centro de Desarrollo Profesional (CDP) ProArt. El aumento en la demanda por especialización en dicha área, junto a la escasez de este tipo de servicio en regiones se presenta como una atractiva oportunidad que la empresa Cartim S.A. quiere aprovechar para desarrollar una nueva unidad de negocios cuyo objetivo es capacitar y desarrollar a trabajadores del área de la belleza en el uso de nuevos productos y técnicas. La metodología utilizada fue un Plan de Negocios que incluye un Análisis Estratégico (del medio externo e interno), un Estudio de Mercado, un Plan de Marketing (estratégico y táctico), de Plan de Recursos Humanos, de Plan de Operaciones y un Plan Financiero. Mediante un análisis estratégico se concluye que la industria posee un atractivo medio alto y que CDP ProArt está en una posición ventajosa para competir. En particular se identifican las oportunidades y amenazas que presenta la industria y los factores clave de éxito: logística interna, formación de personal, calidad de los productos y orientación hacia el cliente. Finalmente se identifican las fortalezas y debilidades de la empresa.

Perdomo y Otros (2008). Bogotá, En su trabajo de investigación denominado: “Plan de negocios y estratégico para la estructuración y puesta en marcha de una empresa de capacitación en el idioma inglés” Pontificia Universidad Javeriana. La finalidad de esta investigación es:

Diseñar y elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa de capacitación en inglés, combinando las modalidades presenciales y a distancia, para apoyar un aprendizaje comunicativo, con el propósito de servir a aquellos trabajadores en un rango de edad entre los 25 y 50 años pertenecientes al sector de las PYMES, cuyas jornadas laborales y rutinas diarias no les permiten llevar un curso completamente presencial. Entre los hallazgos tenemos: Las herramientas tecnológicas que existen actualmente para apoyar los procesos de enseñanza/aprendizaje tienen un componente interactivo muy importante, que permite la interacción de las personas en un mismo escenario con la posibilidad de tener una asesoría personalizada que enriquezca su proceso de formación. Cabe destacar que cada uno de los modelos, como se expuso durante el documento, tiene sus ventajas y sus desventajas, por esta razón se tomará lo mejor de cada uno, para finalmente obtener un producto de calidad. La plataforma tecnológica que se utilizará será Blackboard, pues permite recrear escenarios en donde los estudiantes logran un nivel de interacción alto y pueden realizar distintos tipos de actividades que apoyan su proceso de formación.

Romero (2015). Chiclayo, En su trabajo de investigación denominado “Estudio de mercado para la creación de un Centro de Capacitación de Alta Gerencia en la ciudad de Chiclayo” Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

El estudio llevado a cabo ha permitido identificar la existencia de una demanda potencial entre los ejecutivos encuestados de las principales empresas de la ciudad de Chiclayo, dado que se ha obtenido información precisa que determinaría la viabilidad de la puesta en marcha de un Centro de Capacitación de alta Gerencia en dicha ciudad. Asimismo la viabilidad de la idea de negocio, según el estudio, depende de si se cumple con algunos requerimientos fundamentales señalados por el grupo de ejecutivos encuestados, como lo son: excelente plana docente,

respaldo o prestigio de la institución y la posibilidad de generar relaciones comerciales o laborales. Así mismo se ha podido obtener información sobre percepciones de las últimas capacitaciones a las que asistió el público encuestado, niveles de precio, tipo de capacitación a las que prefieren y necesitan asistir, un conjunto de información de alto valor para la toma de decisión sobre la implementación de la propuesta de negocio denominada: “Centro de Capacitación de Alta Gerencia”. El perfil del candidato deberá ser hombre y/o mujer de 25 años a 60 años que cuenten con formación académica superior que requieran actualizar conocimientos en pro de una mejora en el desempeño de su labor profesional. Se trabajará con una muestra de 350 encuestados, dado que la población es infinita y se demostró la viabilidad de la idea de negocio.

2.2. Condiciones de Entorno

2.2.1. Política

Cada año en el Perú se registra un promedio de 74 mil accidentes viales, donde se registraron 3,481 muertes y 46,882 personas heridas según el ministerio del interior, dichas cifras deberían sonar escalofriantes, sin embargo de no ser así el solo hecho de entender que esta cifra viene siendo una constante durante los pasados años nos debería a la reflexión puesto que las probabilidades de participar en un accidente con consecuencias fatales son altas, es por ello la necesidad de respetar las normas de tránsito para evitarlos. Se puede identificar que las principales causas que generan los accidentes de tránsito en el Perú la imprudencia de los usuarios en las vías, ya sea por el consumos de alcohol así como el exceso de velocidad por parte de los conductores. (CNSV, 2011)

2.2.2. Social Cultural

La situación actual de seguridad vial en el país, es grave, con una gran cantidad de accidentes de tránsito anual, para revertir esta situación se debe involucrar a todos los niveles de la sociedad e iniciar el proceso de cambio que necesita nuestro país. Esto se debe a la ausencia de una cultura vial hacia las normas de tránsito vigentes, que es constante en todos los niveles de nuestra sociedad, que se puede ver claramente en el día a día por el comportamiento irresponsable de los usuarios en las vías de tránsito. La responsabilidad directa recae en las autoridades competentes como las municipalidades provinciales y distritales, que deben establecer medidas de prevención debido a la gran cantidad de accidentes de tránsito que ocurre en las principales ciudades” (CNSV, 2011).

2.2.3. Económico

La situación económica del país obliga a que el gobierno priorice la orientación de los recursos a diferentes necesidades sociales que demanda el país, dejando de lado sectores como la educación vial, el cual es tan importante como cualquier problema social, ya que día a día se ven malos conductores y malos peatones que son la fuente de noticias que vemos a diario. Teniendo en cuenta que la economía del Perú está mejorando en estos últimos años sería un punto a favor para nosotros, y los colegios puedan adquirir productos como el que ofrecemos (MEF, 2001).

2.2.4. Tecnológico

Desde el año 2013 en el Perú se viene usando la tecnología de la información mediante la EDUTECH (Education Technology), que es una iniciativa que está asociada con el ministerio de educación, que se basa en tres pilares que son la innovación, la tecnología y la educación. Esta iniciativa trata de experimentar a través de diferentes sesiones interactivas, de cómo la tecnología puede ponerse al servicio de la educación. Ya que hoy en día es importante estar a la vanguardia del uso de los medios por los que se pueden transmitir conocimiento, uno de ellos son los programas educativos, que promueven el uso de las tecnologías que nos permiten contribuir a mejorar los procesos de aprendizaje en las aulas (MINEDU, 2013).

2.2.5. Ecológica

Lo que nosotros estamos proponiendo es un producto que no generara ningún impacto negativo al medio ambiente, ni a las personas, ya que no vamos a utilizar recursos naturales, sino aprovecharemos la tecnología como una herramienta educativa para que los estudiantes se preparen de la mejor manera. Nuestro producto será entregado en Cd's que pueden ser reutilizados.

2.3. Definición de términos básicos

Educación Vial: “Conocimiento por parte de los ciudadanos sobre normas y señales que regulan la circulación de vehículos y personas, por pistas y veredas, así como la adquisición de valores, hábitos y actitudes que nos permitan dar una respuesta segura en las distintas situaciones de tránsito en las que nos vemos inmersos, sea como peatones, pasajeros o conductores” (CNSV, 2011).

Tecnología de la Información: “Es la utilización de tecnología específicamente computadoras y ordenadores electrónicos, para el manejo y procesamiento de información” (MINEDU, 2013).

Programa: Software. “Se trata de aplicaciones y recursos que permiten desarrollar diferentes tareas en una computadora u otros equipos tecnológicos” (MINEDU, 2013).

III. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

El plan de negocios fue de tipo descriptivo porque se describió las características de cada uno de nuestros posibles clientes potenciales, en este caso los colegios secundarios que tiene la ciudad de Chiclayo, y tiene un diseño cuantitativo ya que se emplearon medios estadísticos tradicionales para medir los resultados de manera concluyente.

3.2. Área y línea de Investigación

Área. Emprendedurismo

Línea. Plan de Negocios

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Los clientes potenciales son los colegios secundarios que cuenten con un ambiente adecuado o laboratorios de computación e informática, a los cuales se les ofreció nuestro producto de manera personalizada, para así poder obtener clientes en territorio chiclayano. De los cuales se han seleccionado 75 colegios particulares en la ciudad de Chiclayo que cumplen con los requisitos necesarios para adquirir nuestro producto.

3.3.2. Muestra

Para hallar la muestra se aplicó la siguiente fórmula, donde la muestra es de 30 colegios encuestados.

$$n = \frac{P * Q * Z^2 * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas

INGRESO DE PARAMETROS	
Tamaño de la Población (N)	75
Error Muestral (E)	0.05
Proporción de Éxito (P)	0.9
Proporción de Fracaso (Q)	0.1
Valor para Confianza (Z) (1)	1.96

(1) Si:	Z
Confianza el 99%	2.32
Confianza el 97.5%	1.96
Confianza el 95%	1.65
Confianza el 90%	1.28

3.3.3. Muestreo probabilístico aleatorio simple.

Se ha utilizado este tipo de muestreo a los 75 colegios particulares de Chiclayo de los cuales han sido seleccionado 30 al azar.

3.3.4. Identificación y Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Modelo de un plan de negocio	Herramienta para evaluar la factibilidad de la idea de negocio	Viabilidad Estratégica	EFE	Encuesta y Entrevista
			EFI	
			FODA cruzado	
			Canvas	
		Viabilidad del Mercado	Análisis de la demanda	
			Análisis de oferta	
			Análisis de Precios	
		Plan organizacional	Misión y visión	
			Aspecto legal	
			Organigrama	
		Viabilidad Técnica Operativo	Proceso tecnología	
			Funcionamiento del producto	
			Servicio	
		Viabilidad Financiera Económica	Inversión	
			Flujos de Caja	
			VAN	
			TIR	

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Métodos

Para este plan de negocios se realizó el muestreo probabilístico aleatorio simple que es una técnica de muestreo donde cada uno de los elementos de la población tiene la misma probabilidad de ser elegidos y ser parte de la muestra. Donde se aplican procedimientos matemáticos y estadísticos para su cálculo.

Se entrevistó a los directores de los colegios secundarios de la ciudad de Chiclayo, para profundizar en conocimientos y necesidades.

3.5. Recolección de datos

Encuesta: Se aplicó las encuestas a los colegios seleccionados

Entrevista: Se realizó una entrevista en este caso a los directores de los colegios, ya que mediante esta técnica de recolección de datos permitirá tener información precisa y clara del tema de investigación.

3.6. Procesamiento y análisis de datos

Para el proceso de la información se empleó una base de datos con los colegios secundarios de la ciudad de Chiclayo. Los resultados obtenidos se van analizar mediante gráficos y con la información que se obtuvo se determinó la demanda de mercado, aspecto clave para el diseño de nuestro plan de negocios.

IV. PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

4.1. Viabilidad estratégica

Tabla 2. CANVAS

Asociaciones clave	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmentación de Mercado
<ul style="list-style-type: none">Empresas del rubro automotriz	<ul style="list-style-type: none">Diseño del productoVisita a los colegios antes, durante y después de la exposición.	<ul style="list-style-type: none">Es un programa interactivo en el cual se trata de brindar la mayor información posible sobre la educación vial.Este producto busca desarrollar la educación cívica y vial en los estudiantes secundarios privados en la ciudad de Chiclayo.Será un programa sencillo y entendible por los jóvenes	<ul style="list-style-type: none">Ofreciendo un producto de calidadLos fidelizaremos mediante promocionesEstimularemos nuestras ventas mediante la renovación de licencias	<ul style="list-style-type: none">Este producto va dirigidos a los jóvenes estudiantes de los colegios secundariosEspecíficamente nuestro mercado objetivo son los colegios secundarios privados que cuenten con un ambiente adecuado o laboratorio de computación e informática
	Recursos Clave		Los canales de Distribución	
	<ul style="list-style-type: none">Ingeniero de sistemasExpositores		<ul style="list-style-type: none">De forma personalizada en el cual se ira a los colegios a ofrecer el productoMKT digital mediante las redes sociales	
Estructura de Costes			Fuentes de Ingreso	
<ul style="list-style-type: none">Pago al Ing. SistemasPago a el expositor			<ul style="list-style-type: none">Venta del productoRenovación de licenciasPor los auspicios	

Fuente: Elaboración propia.

Segmentos de Mercado: Este producto va dirigido a los jóvenes estudiantes de colegios secundarios. Específicamente nuestro mercado objetivo son los colegios secundarios privados que cuenten con un ambiente adecuado o laboratorio de computación e informática.

La propuesta de valor: Es un programa interactivo en el cual se trata de dar la mayor información posible sobre la educación vial. Este producto busca desarrollar la educación cívica y vial en los estudiantes secundarios de colegios privados de la ciudad de Chiclayo. Es un programa sencillo y entendible fácilmente por los jóvenes.

Canales de Distribución: De forma personalizada en el cual se ira a los colegios a ofrecer el producto y mediante el Marketing Digital mediante las redes sociales.

Relaciones con clientes: Ofreceremos un producto de calidad a nuestros colegios seleccionados, los cuales los fidelizaremos mediante promociones y estimularemos nuestras ventas mediante la renovación de licencias.

Fuentes de Ingreso: Venta del producto a los colegios, Renovación de licencias cada cierto tiempo y por los auspicios que tengamos con las empresas del rubro o afines.

Recursos Clave: Contaremos con un ingeniero de sistemas que se encargará de la creación del programa de educación vial, y los expositores que se encargaran de explicar dicho programa a los estudiantes.

Actividades claves: Son el diseño de nuestro producto y la visita que se realizara a los colegios antes, durante y después de la exposición para supervisar el correcto funcionamiento del programa.

Asociaciones clave: Como asociados tenemos a empresas del rubro automotriz.

Estructura de Costes: Pago al Ingeniero de Sistemas y al expositor. El apoyo de estos profesionales es clave para el desarrollo de nuestro producto.

4.1.1. FODA

4.1.1.1. Fortalezas

- Calidad del producto que ofrecemos
- Moderna organización
- Seguimiento post venta
- Solido canales de distribución
- Personal altamente capacitado
- Alta capacidad de innovación
- Equipos informáticos de última generación
- Amplias oficinas de trabajo

4.1.1.2. Debilidades

- Incertidumbre por ser un nuevo producto en el mercado
- Mala ubicación
- Deficiente publicidad
- Bajas ventas

4.1.1.3. Amenazas

- Nuevos competidores en el mercado
- Falta de interés por el producto de algunos colegios
- Problemas económicos en los colegios
- La no renovación de licencias
- Accidentes, siniestros, robos

4.1.1.4. Oportunidades

- Nuevos colegios secundarios
- Buen uso del marketing digital
- Aumento de compras vía internet
- Identificar las necesidades no satisfechas de los clientes
- Recomendaciones de nuestro producto a otros colegios
- Campañas de promoción para ganar más clientes

4.1.2. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MATRIZ EFE)

Tabla 3: Factores de Éxito EFE

FACTORES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
AMENAZAS			
1 Nuevos competidores en el mercado	0.02	2	0.04
2 Falta de interés por el producto de algunos colegios	0.10	4	0.40
3 Problemas económicos en los colegios	0.10	3	0.30
4 La no renovación de licencias	0.10	4	0.40
5 Accidentes, siniestros, robos	0.03	2	0.06
Total Amenazas	0.35		1.2
OPORTUNIDADES			
1 Nuevos colegios secundarios	0.15	3	0.45
2 Buen uso del marketing digital	0.10	3	0.30
3 Aumento de compras vía internet	0.10	4	0.40
4 Identificar las necesidades no satisfechas de los clientes	0.05	2	0.10
5 Recomendaciones de nuestro producto a otros colegios	0.15	4	0.60
6 Campañas de promoción para ganar más clientes	0.10	3	0.30
Total Oportunidades	0.65		2.15
Total	1		3.35

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: El ponderado de las amenazas es menor (1.2) al de las oportunidades (2.15), por lo tanto la capacidad externa es alentadora, de esta manera se concluye que la empresa VialCix. Debe aprovechar al máximo sus oportunidades.

4.1.3. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MATRIZ EFI)

Tabla 4: Factores de éxito EFI

FACTORES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Moderna organización	0.09	3	0.27
2. Seguimiento de post- venta	0.10	4	0.40
3. Solidos canales de distribución	0.09	3	0.27
4. Personal altamente capacitado	0.10	4	0.40
5. Alta capacidad de innovación	0.10	3	0.30
6. Equipos informáticos de última generación	0.08	3	0.24
7. Amplias oficinas de trabajo	0.07	3	0.21
Total Fortalezas	0.51		2.09
DEBILIDADES			
1. Incertidumbre por ser un nuevo producto en el mercado	0.07	3	0.21
2. Mala ubicación	0.06	3	0.18
3. Deficiente publicidad	0.08	4	0.32
10. Bajas ventas	0.10	3	0.30
Total Debilidad	0.49		1.01
TOTAL	1		3.10

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Se aprecia que el ponderado de las debilidades es menor (1.01) al de las fortalezas (2.09), por lo tanto la capacidad interna es positiva, de esta manera se concluye que la empresa VialCix. Debe aprovechar al máximo sus fortalezas y desarrollar estrategias para disminuir sus debilidades.

Tabla 5: Establecimientos de Estrategias y metas y objetivos estratégicos

ESTRATÉGICOS	ACTIVIDADES	METAS	OBJETIVO
[1-4] Creación de un módulo de atención al cliente para escuchar sus demandas o necesidades insatisfechas.	Crear un área especializada para atender al cliente.	100% del clientes atendidos o escuchados	MEJORAR LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
[2-6] Desarrollar sistemas de Call Center, Redes Sociales y un sistema de Email para estar en constante comunicación.	Desarrollo de Tecnologías de Información: Central telefónica, Página web en Facebook.	70% de comunicación mejorada con el cliente	
[2-2] Desarrollar un sistema de registro web del cliente para conocer sus datos y preferencias.	Diseño de página web por Facebook para registro de clientes y sus preferencias.	80% de clientes registrados, de esta manera se tiene información valiosa del cliente	
[6-1] Promociones estratégicamente innovadoras para la promoción de nuestro producto.	Diseño de promociones innovadoras cada año.	15% de incremento en las ventas	

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Estudio de Mercado

4.2.1. Objetivos

4.2.1.1. General

Crear una estrategia de Marketing digital mediante la utilización de las Tecnologías de la Información como es el internet y las redes sociales.

4.2.2. Herramientas de Marketing

4.2.2.1. CMS (Content Management System)

Para Fernández (2007) “es un sistema de gestión de contenido ideal para crear y administrar contenido digital. Que permitirán crear documentos, modificarlos y colgarlos a la web”.

En el caso de nuestra empresa se creó un Fanpage en la red social Facebook, donde se mostró las características e imágenes de nuestro producto. De esta manera lograremos captar la atención de nuevos clientes potenciales e ir ganando reconocimiento en el mercado, esto implicaría futuros ingresos para nuestra empresa.

4.2.2.2. Servicios Visa Net

Para los clientes exclusivos que quieran utilizar tarjetas de crédito y no manejan efectivo.

4.2.2.3. Edición Multimedia

En la actualidad se requiere de herramientas digitales que permitan modificar, retocar y mejorar la calidad de los contenidos que se elaboran. Tenemos a Movie Maker, Picassa, Photoshop online que ayudarán al mejoramiento de los videos, anuncios publicitarios para luego poder subirlo a nuestro Fanpage de Facebook.

4.2.3. Estrategias de marketing

4.2.3.1. Estrategia de Internet

Diseño de nuestro Fanpage via Facebook mejorando su aspecto con colores más llamativos, imágenes de nuestro producto y realizando un vínculo de confianza con nuestros futuros clientes.



Figura 1. Modelo de página web

Fuente. Company Name

4.2.3.2. Estrategia E-commerce

Según Fernández (2007) el E-commerce o Comercio Electrónico consiste en:

La distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Conscientes de estar a la vanguardia, VialCix no se han quedado atrás en este nuevo mercado, por lo que han hecho de los servicios de la red un lugar que permite acceder a sus productos y servicios durante las 24 horas del día.

La incorporación de este nuevo método de ventas permite que nuestros clientes accedan de manera simple y desde cualquier parte de la región al producto que nuestra empresa ofrece.

Ventajas del comercio electrónico en las empresas

- Expandir la base de clientes al entrar a un mercado más amplio.
- Extender el horario de venta las 24 horas del día, los siete días de la semana, 365 días al año.
- Reducir costos de producción, capital, administración, entre otros.
- Mejorar la comunicación con los clientes y efectividad de campañas publicitarias.

4.2.3.3. Estrategia redes sociales

Creación de un Fanpage en Facebook para dar a conocer nuestro producto al mundo especialmente a sus clientes potenciales



Figura 2. Redes sociales Facebook

Fuente. www.facebook.com

4.2.4. Análisis de la Demanda

Aproximadamente 75 colegios privados, a ello se suma los indicadores de la figura 13, el cual indica que el 60% de los directores o sub-directores encuestados están totalmente de acuerdo en que la educación vial debería ser obligatoria en los colegios, mientras que el 37% están de acuerdo y solo un 3% no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Asimismo los indicadores de la figura 4 indican que el 51% de los directores o sub-directores encuestados están totalmente de acuerdo en que a Chiclayo le hace falta más seguridad vial, mientras que el 49% están solo de acuerdo.

Tabla 6. Análisis de la demanda

INSTITUCIÓN EDUCATIVA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Adeu	Avenida Bolognesi 458-472 - Chiclayo	225960
Adventista Chiclayo	Avenida Alfonso Ugarte 1356 - Chiclayo	226271
Aful	Avenida Pedro Ruiz 817 - Chiclayo	228491
American College	Calle Sinai Mz e lote 10 - Chiclayo	
Amigos	Calle 7 de Enero 1437 – Chiclayo	234572
Appul College	Calle francisco cabrera 151 - Chiclayo	229217 - 204969
Arcángel San Rafael	Calle 7 de enero 676 – Chiclayo	238914
Bautista Logos	Calle la esperanza 135 – Chiclayo	
Beata Imelda	Avenida Leoncio prado 885 - Chiclayo	238304
Berkeley High School	Calle francisco cuneo 1150 Chiclayo	
Bertolt Brecht	Calle jacarandas 401 – Chiclayo	234355
Blas Pascal	Avenida Sáenz Peña 823 - Chiclayo	692987 - 229584
Boston College	Calle Alfonso Ugarte 626 - Chiclayo	
Bruning College	Avenida José Leonardo Ortiz 355 – Chiclayo	204753 - 223231
Ceibos	Avenida Bolognesi s/n – Chiclayo	210491
Cenit	Calle manco Capac 278 - Chiclayo	613122
Cima	Avenida Grau Mz b lote 1 – Chiclayo	208993

Colegio Empresarial	Calle los faiques 149 – Chiclayo	
Cubano Peruano	Calle Alfonso Ugarte 1487 – Chiclayo	206304
David Hansen	Belaunde 110 Belaunde – Chiclayo	202571
Deportivo Adeu	Calle Daniel Alcides Carrión 160 – Chiclayo	
El Nazareno	Avenida Luis Gonzales 1094 – Chiclayo	205798
Emprendedores Gajel	Avenida Luis Gonzales 1364 Chiclayo	
Excelencia	Calle Tacna 155-157 – Chiclayo	206882
Fachse Pedro Ruiz Gallo	Calle Dallorso 150 – Chiclayo	235871
Fleming College	Avenida Humbolt 504 – Chiclayo	
Frederick Sanger	Calle los Jasmines s/n mz b lote 15-16 – Chi.	229365
George Butler	Calle Andrés Razuri 185 – Chiclayo	
Hipolito Unanue	Avenida Sáenz Peña 1046 – Chiclayo	
Humboldt College	Avenida Luis Gonzales 907 – Chiclayo	223556
Independencia	Avenida Garcilaso de la vega 571 – Chiclayo	226566
Ingeniería	Avenida Alfredo Lapoint 959 – Chiclayo	239457
Isaac Delgado Elite College	Avenida General Necochea 189 – Chiclayo	
Israel	Calle los tumbos 290 – Chiclayo	
Jean Piaget	Calle amazonas 845 Campodónico – Chiclayo	
Jesús Divino Maestro	Calle los naranjos 110 – Chiclayo	225524
Jorge Basadre	Calle Vicente de la vega 1056 – Chiclayo	222350
Juan Mejía Baca	Avenida Grau 175 – Chiclayo	229830
Julio Verne Eirl	Calle 7 de enero 224 – Chiclayo	492380
La Inmaculada	Calle Manuel María izaga 866 – Chiclayo	232001
La Salle	Calle san José 285 – Chiclayo	
Las Américas	Avenida Luis Gonzales 261 – Chiclayo	235078
Leonardo Da Vince College	Avenida Zarumilla 795 Simón Bolívar – Chiclayo	

Manuel Pardo	Avenida Luis Gonzales 1415 – Chiclayo	231631
María de Los Ángeles Thales	Calle Juan Cuglievan 936 – Chiclayo	237403
María del Socorro	Avenida Alfonso Ugarte 1284 – Chiclayo	238272
María Lucrecia Prado Vargas	Calle Miguel Grau 618-622 – Chiclayo	226732
Mario Vargas Llosa	Calle Tacna 985 Chiclayo – Chiclayo	
Mi Jesús	Pasaje la puntilla 150 – Chiclayo	229712
Miraflores	Calle Juda mz g lote 42 – Chiclayo	
Monseñor Ignacio de Orbegozo	Mz k lote 08-09 ciudad del chofer – Chiclayo	
Paul Harris College	Avenida Luis Gonzales 907 Chiclayo – Chiclayo	
Peruano Canadiense	Calle Francisco Cabrera 1288 – Chiclayo	325174 – 229192
Peruano Español Inter Mundo	Calle Lora y Cordero 753 – Chiclayo	270150
Pitagoras	Avenida Luis Gonzales 1364 – Chiclayo	207274 – 498392
Regional Universitaria P.R.G.	Avenida Balta 160 – Chiclayo	225769
Renán Elías Olivera	Carretera Villa Olivera Km. 1 Grupo Aéreo 6	273559
Ricardo Abrahams School	Avenida Balta 015 – Chiclayo	271817
Rosa María Checa	Calle Juan Tomis Stack 170 – Chiclayo	227958
Sagrado Corazón de Jesús	Calle Manco Capac 535 – Chiclayo	274382
Sagrado Divino Maestro	Av. Prolong. Bolognesi s/n lote 01-06 espiga de oro	484023
San Andrés	Calle Grau 466 – Chiclayo	600511
San Gabriel	Avenida Luis Gonzales 1438 – Chiclayo	271491
San Juan Bautista de la Salle	Calle Manco Cerquera menor 290 – Chiclayo	266721

San Luis Gonzaga	Avenida Elías Aguirre 1025 – Chiclayo	
Santa Angela	Avenida miguel Grau 1290 - Chiclayo	233755
Santa María Mazzarello	Avenida balta 1652 – Chiclayo	
Santa María Reyna	Avenida miguel Grau 1132 – Chiclayo	236361/ 239062
Santa Verónica	Avenida 7 de enero 121 – Chiclayo	206947 – 237782
Santa Victoria	Jirón los amarantos 132 – Chiclayo	
Santo Tomas de Aquino	Calle 7 de enero 374 – Chiclayo	221745 – 205369
Sican	Avenida Manuel Arteaga 585 – Chiclayo	
Trilce Chiclayo	Avenida Grau Urb. santa victoria 1000 – Chiclayo	205124 – 206133
University College Ricardo Palma	Avenida Vicente de la vega 1425 Campodónico	226773
Virgen del Carmen	Calle armando Alva Díaz 380 – Chiclayo	211024

Fuente: Elaboración propia.

4.2.5. Análisis de la oferta

4.2.5.1. Oferta competitiva o de mercado libre:

“Es aquélla en donde los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor” (Gutiérrez, 1999).

Actualmente en el mercado Chiclayano no existe una empresa que brinde el mismo producto que ofrecemos, esto nos permitirá tener una ventaja para que nuestros posibles clientes adquieran nuestro producto.

4.2.6. Marketing Mix

Producto o Servicio: Según los resultados de la gráfica 9, el 55% de los directores o sub-directores encuestados les parece muy interesante la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios en la ciudad de Chiclayo, mientras que el 45% solo les parece interesante.

Asimismo la figura 10 nos indica que el 100% de los directores o sub-directores encuestados les gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio. Otro indicador importante es el de la figura 11 donde indica que el 100% de los directores o sub-directores encuestados creen que este programa de educación vial si le daría un valor agregado a sus colegios.

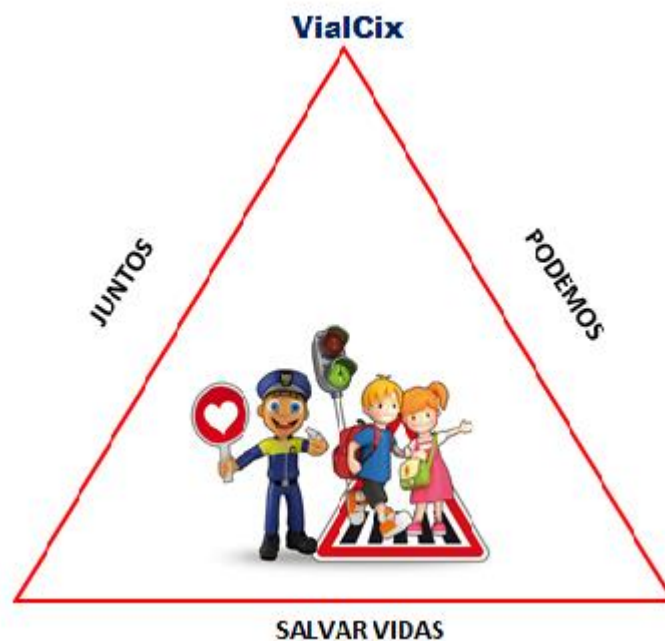


Figura 3. Diagrama VialCix

Precio: Con respecto al precio de venta, si tiene un costo de S/. 600.00 soles por producto adquirido. Sin embargo se puede hacer descuentos cuando dos o más colegios se inscriben para recibir la charla en Seguridad vial, alcanzando así un descuento del 10% por institución.

Tabla 7. Precios

Producción Mensual	6.25	
Precio de Venta	S/. 600.00	
Costo Variable Unitario	S/. 124.80	% M.C.
Margen Contribución	S/. 475.20	79.20%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Nuestra empresa tiene pronosticado vender 6.25 productos mensual, del cual nuestro precio de venta será de S/.600.00 nuevos soles, que sale de la suma de nuestro costo variable más nuestro margen de contribución.

Plaza: Se usará como punto de venta el local de la empresa que se encuentra ubicado en la calle Neptuno # 120 - Urb. Santa Elena (Frente al coliseo del estadio Elías Aguirre), y contaremos con nuestros expositores que explicarán el contenido de nuestro producto a las diferentes instituciones educativas de nivel secundario.

Promoción:

Estrategias de atracción

Las estrategias de atracción responden a la demanda porque se dirigen al usuario final. Los fabricante utilizan esta estrategia cuando los consumidores son reacios a llevar su producto por alguna razón - el producto puede ser demasiado caro para vender en las tiendas, por ejemplo. Las estrategias de atracción incluyen muestras gratuitas, eventos públicos promocionales, tales como concursos, ventas puerta a puerta, reparto en puntos de venta, campañas de mercadeo en Internet y campañas de tele mercadeo. (Gutiérrez, 1999)

Como una estrategia de enganche ofreceremos un tiempo de prueba de nuestro producto y una vez que adquieran nuestro producto se les realizara un descuento del 20% para la renovación de la licencia para el siguiente año.

4.2.7. Calendario de actuación y delimitación de medios.

Tabla 8. Calendario de actuación y delimitación de medios

TIEMPOS ETAPAS	MES1				MES2				MES3			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1. Elaboración de Proyecto												
2. Presentación del proyecto												
3. Diseño de Pagina web												
4. Creación de Correos Electrónicos												
5. Creación de Redes Sociales												
6. Puesta en marcha y monitoreo												
7. Elaboración del Informe												
8. Presentación del Inform.												
9. Sustentación												

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Plan Organizacional

4.3.1. Nombre de la empresa

VialCix

4.3.2. Giro de la empresa

Educación Vial

4.3.3. Misión

Impartir capacitaciones de alto nivel en materia de seguridad vial a instituciones privadas, contando para ello con personal altamente capacitado y una sólida organización.

4.3.4. Visión

Liderar la región norte del país en educación vial y capacitaciones a instituciones dedicadas a la educación.

4.3.5. Valores

- Solidaridad
- Trabajo
- Compañerismo
- Honradez

4.3.6. Organigrama

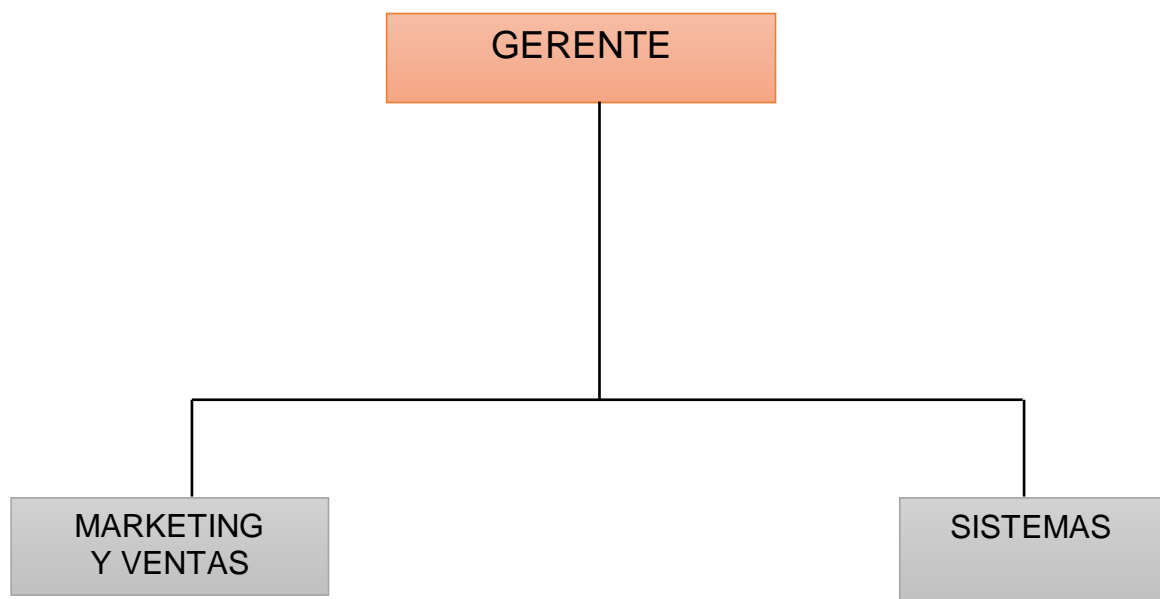


Figura 4. Organigrama estructural

Fuente: Elaboración propia.

4.3.7. Manual de Organización y Funciones (MOF)

4.3.7.1. Gerente general

Es el máximo órgano de dirección encargado de la gestión administrativa e institucional de la organización está a cargo del Gerente General.

a. Funciones generales

- Realizar actos y contratos ordinarios correspondientes a la captación de nuevos clientes.
- Firmar contratos ordinarios correspondientes a la captación de nuevos clientes.
- Fijar objetivos, desarrollar planes estratégicos y operativos, diseñar la estructura y establecer procesos de control.
- Adecuar las capacidades de la organización a las demandas del medio.

- Traducir los objetivos estratégicos en metas operacionales específicas de cada área de la empresa y verificar su cumplimiento.

b. Requisitos para el puesto

- Título Profesional en Administración o carreras afines.
- Debe de tener una experiencia mínima de 02 años en puestos similares al área.
- Nivel de Computación Avanzado.
- Contar con un nivel de Inglés Avanzado.
- Poseer las siguientes habilidades:
 - Creatividad
 - Planificación.
 - Iniciativa.
 - Interés por el cliente (interno y externo).
 - Responsabilidad.
 - Capacidad de comunicarse efectivamente
 - Visión de conjunto

4.3.7.2. *Área marketing/ventas*

Supervisar y controlar las actividades de desarrollo e implementación de estrategias de marketing, así como establecer lineamientos para el posicionamiento de los productos que administra la empresa.

a. Funciones generales

- Supervisar, coordinar y controlar la ejecución de las funciones asignadas al Departamento de Marketing.
- Proponer, ejecutar y evaluar el Plan de Marketing y sus modificaciones.
- Participar en la formulación los Planes Estratégicos y Planes Operativos de la Gestión Comercial de la Institución.
- Proponer estrategias de marketing de corto plazo para atender requerimiento de coyuntura.
- Brindar apoyo de marketing a las actividades comerciales del FMV. Elaborar los presupuestos por cada campaña y la coordinación con los medios de comunicación contratados.

b. Requisitos para el puesto

- Bachiller o Título Profesional Administración, Ciencias de la Comunicación, Relaciones Publicas, Marketing, Periodismo o carreras con denominación distinta pero de contenido similar
- Dos (02) años de experiencia general
- Un (01) años de experiencia en temas relacionados a las labores del puesto
- Word (Nivel intermedio)
- Excel (Nivel intermedio)

- Power Point (Nivel intermedio)
- Outlook (Nivel intermedio)
- Conocimientos adicionales:
 - Comunicación y/o marketing
 - Publicidad y manejo de medio

4.3.7.3. Área de Sistemas

Sistematizar normas, realizar monitoreo y evaluación de capacidades para fortalecer el sistema de desarrollo de capacidades. Se encara de la creación del programa y de la administración del fan page(Facebook)

a. Funciones

- Diseñar y proponer el plan de sistematización de la capacitación del personal.
- Elaborar documentos de sistematización sobre capacitación del personal.
- Diseñar, proponer y aplicar herramientas de evaluación de capacitación del personal.
- Realizar el seguimiento, supervisión y evaluación del desarrollo y avance de la capacitación.

b. Requisitos para el puesto

- Título profesional o Bachiller en Ingeniería de Sistemas
- Experiencia en la materia (mínima 2 años)
- Conocimiento en creación de softwares

4.3.8. Forma Empresarial y Razón Social

Dado que el desarrollo de las actividades económicas y financieras será exclusivamente desarrollado por los socios es que se ha creído conveniente que la persona jurídica forme parte de una sociedad de responsabilidad limitada (clasificación de acuerdo a la ley general de sociedades mercantiles).

Por tal motivo la responsabilidad de cada socio es por el aporte que se haya efectuado a la sociedad la cual es igual en valor individual y acumulable; para tal efecto la denominación de la Empresa será: VialCix

Tabla 9. Socios

NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	Dirección
Lester Leonel Lozano Laban	73306174	Próceres #745 Urb. Latina
Jorge Luis Mundaca Quiroz	71919827	Neptuno # 125 Santa Elena

Fuente: Elaboración propia.

4.3.9. Legislación Tributaria de la Empresa

De acuerdo al Decreto Legislativo N° 771 la actividad de nuestro proyecto está afectado por el siguiente tributo.

4.3.9.1. Impuesto a la Renta:

Este impuesto se determinará aplicando la tasa del 30% sobre su venta neta según el Decreto Legislativo N° 774 (Ley de Impuesto a la Renta).

Este impuesto grava la renta de tercera categoría,

a. Régimen Tributario

El régimen al que acogerá es el Régimen Único del Contribuyente.

b. Régimen Legal

Es una empresa de derecho privado constituido por el titular (capital privado, el Estado no interviene).

La Empresa se acoge al régimen creado por el Decreto Legislativo NO 705, ley de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa.

c. Legislación Sanitaria

Se aplica de acuerdo al Código Sanitario Decreto Legislativo N° 17505.

d. Legislación Comercial

Se aplicarán las normas contempladas por el Código de Comercio en el aspecto contable que teniendo en cuenta la categoría de la empresa.

La contabilidad será llevada a través de:

- Libro de Inventarios.
-
- Libro de Balance Anual,

e. Pasos para la Constitución Legal de la Empresa

- Primero: Acta De Fundación

Tomando la decisión por los participantes a la sesión de fundación de la empresa y fijado el domicilio fiscal de la así como la razón social, capital, giro entre otros aspectos legales, se da rancio a la Asamblea General de Funda misma que debe constar en el libro de actas, aprobada y firmada por el presidente y secretario. El libro de actas previamente debe legalizarse. Este libro puede utilizarse tanto para las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias.

- Segundo: Minuta

La minuta debe ser revisada previamente por los participantes, firmándola conjuntamente con el abogado. Presenta a la Notaría Pública para que se le eleve a la escritura pública. Al recepcionar - la minuta (original y copia) a la Notaría le asigna un número de KARDEX o CÓDIGO, con el cual se identificará a la minuta y, en su caso, a la escritura en todos los trámites y seguimiento que se realice ante la Notaría. Referente a la copia, debemos recomendar que se presente 2 copias, además de la original a fin de presentar una a la SUNAT (R.U.C.) y otra, en su caso, al banco. El pago único por elevar la minuta a escritura pública para nuestro proyecto será de S/. 250.00 nuevos soles.

- Tercero: Escritura Pública

Consignado el número de Kardex o Código en la minuta, serán devueltas al interesado las copias certificadas por el notario público la misma que se podrá utilizar ante la SUNAT (R.U.C.) o Ministerio de Industria (de Registro Unificado) municipalidad (Certificado de Zonificación) y en el banco (apertura de la cuenta corriente de la empresa). Simultáneamente la Notaría va redactando la escritura y previa coordinación con las partes interesadas oportunamente se firmará este instrumento público, luego se ingresará a los Registros Públicos para su inscripción. A fin de evitar observaciones de forma y de fondo en este organismo público, es recomendable que antes de firmar la escritura se la lea bien, así como se inserte todo lo relacionado con lo que se hace mención en la misma (Depósito Bancario del efectivo o Declaración Jurada por aporte en bienes) y, reiteramos, antes de redactar la misma sea conveniente confirmar en los Registros Públicos si existe una razón social idéntica. En el intervalo de tiempo desde que se firmó la escritura hasta su inscripción, y si lo requieren los participantes podrán solicitar copias simples de la escritura o testimonio o en su caso las partes de ingreso a los registros públicos.

A fin de cumplir con los requerimientos ante cualquier organismo público, privado o proveedores, Notificada la empresa de su inscripción, ésta devolverá la copia simple y/o testimonio para que la Notaría anote el folio, el tomo y fecha de inscripción en los Registros Públicos certificada con el Notario. Pues conforme hemos notificado con este procedimiento se adquiere su personería jurídica.

Tanto la copia simple como el testimonio, que en sí cada uno es copia fiel de la escritura original (archivo de notario) firmada por los participantes. Son la "partida de nacimiento" de una empresa, por lo tanto deben conservarse con la debida importancia y seguridad.

Referente al costo de una minuta y de una escritura es variable, así como los honorarios profesionales y los derechos. Sin embargo, los derechos registrales son fijados mensualmente por el Registro Público de acuerdo a un porcentaje de la UIT, aparece en el diario oficial El Peruano.

- Cuarto: RUC

El trámite para obtener este documento es de carácter oficial e indispensable para el desarrollo de la actividad empresarial (particularmente para la entrega de comprobantes de pago), se realiza ante las oficinas del SUNAT.

En estas oficinas se solicitarán los formularios 2119, 2054.

En el formulario 2119 se consignarán los datos de identificación de la empresa (razón social, domicilio fiscal, giro, notaría pública donde se ha constituido, así como, en su caso, el número de folio y del asiento de los Registros Públicos otros). Además los impuestos a que estará sujeta.

En el formulario 2054 se consignarán los datos de los representantes legales de la empresa (propietario, titular, gerente, Presidente del Directorio) así mismo se consignarán los datos referidos a la utilización del sistema convencional (manual) o mecanizado para la emisión de comprobantes de pago y para la contabilidad de la empresa.

Luego de consignar los datos solicitados, se presentarán los formularios acompañando copia de la minuta o escritura pública de constitución, obtenido en el acto la Constancia de Inscripción al RUC.

Posteriormente a la fecha de presentación, la SUNAT enviará una notificación al domicilio fiscal a través de la cual se dará a conocer el número del RUC asignado a la empresa, además le comunica el plazo y lugar, para recoger el carné de contribuyente y/o certificado de inscripción. Cuando se obtenga éste se deberá colocar en un lugar visible.

- Registro Unificado

El trámite para obtener este documento se inicia con la compra del formulario en el Banco de la Nación.

Luego de consignar los datos solicitados se le presentará ante las oficinas del Ministerio de Industrias u otro sector relacionado a su actividad.

Los requisitos son:

➤ Sector Industria- Artesanía

- Constancia de Inscripción al RUC.
- L.E. del Representante Legal (original y copia)
- Hoja de datos adicionales.
- Croquis de ubicación.
- Proceso productivo (en caso ARTESANÍA).
- Minuta de constitución.

- Quinto: Licencia de Funcionamiento

El trámite para su obtención se realiza ante el concejo distrital donde se encuentra ubicada la empresa.

Luego de aprobado el Certificado de Zonificación se le presentará adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud-Declaración Jurada (se adquiere en el mismo concejo).
- Pago por derecho de licencia,
- Registro Unificado Contrato de alquiler (especificando en el mismo, el local para el giro de la empresa) o copia de la escritura de compra-venta en caso de ser propietario.
- Escritura de constitución de la empresa inscrita en los Registros Públicos.
- Declaración del representante legal de la empresa.
- Recibo de luz.

Los pagos a realizar serán:

Tabla 10. Derechos de pago

DERECHOS	COSTO
Pago derecho trámite	4.00
Solicitud valorada de autorización municipal	42.00
Cartón de licencia municipal	50.00
Pago derecho de apertura	60.00
Formato de evaluación higiene y saneamiento ambiental	30.00
Formato de tasa	12.00
Certificado fumigación	20.00
Ficha técnica de inspección Defensa Civil	30.00
Estado de cuenta por hoja	0.50
TOTAL→	248.50

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Se realizara un pago único de S/. 248.50 nuevos soles, que será necesario para la creación de la empresa VialCix.

4.4. Viabilidad Técnica Operativa

4.4.1. Proceso de tecnología

El taller de educación vial cuenta con un soporte tecnológico que se describe a continuación:

Software Libre en educación vial

Equipos de última generación como son Laptops, computadoras, y proyector multimedia.

Ficha Técnica Pc HP

COMPUTADORA HP COMPAQ HEWLETT PACKARD DC5100
COMPACTA PENTIUM 4 640 3.20 GIGAHERTZ HT DISCO DURO 80
GIGABYTES MEMORIA 512 MEGABYTES TARJETA DE RED CD-RW
WINDOWS XP PROFESIONAL PARTE: EW746LA#ABM

Las computadoras de Escritorio Empresariales HP Compaq dc5100 proveen recursos comunes y flexibilidad a clientes empresariales. Las soluciones de administración optimizadas, los extensos ciclos de vida útil y la imagen de software común en todos los factores de forma reducen los costos de soporte y simplifican la propiedad de la computadora

- **Número de parte:**EW746LA#ABM
- **Marca:** HP Compaq
- **Modelo:** dc5100
- **Arquitectura:** Computadora compacta
- **Procesador:** Procesador Intel Pentium 4 640 de 3.20 GHz HT con soporte para EM64T, XD y EIST
- **Velocidad de bus del sistema:** 800 MHz Bus de Sistema
- **Monitor:** No disponible en este modelo.
- **Disco duro:** 80GB Serial ATA

- **Memoria RAM:** 512MB DDR2 PC3200 (1 x 512); expandible a 4GB (4 x 1024MB)
- **Velocidad de memoria:** Información no proporcionada por el fabricante
- **Unidad Optica:** Cd/RW rom de 48 x
- **Drive para diskette:** No
- **Fax Modem:** Información no proporcionada por el fabricante
- **Red:** Conexión integrada de red Broadcom NetXtreme Gigabit 10/100/1000
- **Gráficos de video:** Intel Graphics Media Accelerator 900
- **Audio:** Audio Intel Integrado con parlantes internos
- **Teclado:** Teclado Estandard 2004 PS/2
- **Descripción del mouse:** Scroll Mouse PS2
- **Total de ranuras de expansión:** 2 Ranuras de Expansión PCI de perfil bajo
- **Total de puertos externos:** 6 puertos USB 2.0, 1 Serial, 1 Paralelo, 2 PS/2, 1RJ-45 y 1 VGA
- **Sistema Operativo:** Microsoft Windows XP Professional
- **Software incluido:** Información no proporcionada por el fabricante
- **Dimensiones:** 33,78 x 10,03 x 37,85 (cm)
- **Peso:** 8.84 Kg

Tabla 11. Ficha Técnica Laptop

Hardware

Nombre del producto		110-1050LA
Número de producto	VF541LA	
Microprocesador	Intel Atom N270 de 1,60 GHz	
Caché del microprocesador	512KB de nivel 2	
Memoria	1024MB DDR2 533MHz	
Memoria máxima	Hasta 1GB (1 x 1024 Dimm)	
Gráficos de video	Intel Graphics Media Accelerator 950	
Disco duro	160 GB (5400 RPM)	
Unidad multimedia	N/D	
Pantalla	Pantalla ancha LED SD anti reflejo de 10,1 pulgadas en diagonal (1024 x 576)	
Tarjeta de red	LAN Ethernet 10/100 integrada	
Conectividad inalámbrica	802.11b/g LAN inalámbrica WWAN (3G)	
Sonido	Genérico. Estéreo	
Teclado	de 82 teclas (92% del tamaño normal)	
Dispositivo apuntador	Panel táctil con botón de activación/desactivación y zona de desplazamiento ascendente/descendente vertical exclusiva	
Puertos externos	Lector de medios digitales "5 en 1" integrado para tarjetas Secure Digital, MultiMedia, Memory Stick, Memory Stick Pro o xD Picture. Admite adaptadores 3 USB 2.0 1 RJ -45 Conector combo: salida de auriculares / entrada de micrófono (compatible con iPhone) VGA	
Alimentación	Adaptador de CA de 30W Batería de polímero de litio de 6 celdas	

Fuente: <http://www8.hp.com/pe/es/home.html>**Software**

Sistema operativo:

Windows XP

Seguridad y soporte:

Symantec NIS 2009 (60 días de actualizaciones con Live Update)
Recuperación "BackOn Track"Fuente: <http://www8.hp.com/pe/es/home.html>

Multimedia

Multimedia:

Reproductor de Windows Media (WMP)

Juegos HP desarrollados por Wild Tangent

Productividad y finanzas:

Adobe Reader

Versión de prueba de Microsoft Works 9.0 y Office 2007 Home and Student

Fuente: <http://www8.hp.com/pe/es/home.html>

Proyector HP

- Brillo de proyector*
- 2.000 lúmenes ANSI (máx.)
- Distancia de proyección del objetivo*
- Aproximadamente de 1 a 10 m
- Razón de contraste (típica)*
- 2.500:1 activado/desactivado
- Lámparas
- Protección de lámpara de puerta
- La fuente de alimentación de la lámpara se apaga automáticamente cuando se abre la puerta
- Sistema de lentes
- Compensar
- 125% de la imagen por encima de la línea central
- Diseño
- Indicadores LED

- Indicadores luminosos del proyector: Lámpara rota: rojo; aviso de temperatura: rojo; encendido: azul
- Exhibición
- Pantalla
- Tecnología DLP™ con DDR DMD XGA de 0,70" y 12°
- Control de energía
- Consumo energético*
- 285 vatios máximo
- Condiciones ambientales
- Intervalo de temperatura operativa
- De 10° a 35°C
- Intervalo de temperatura de almacenaje
- de -20 a 55 °C
- Aprobaciones reguladoras
- Seguridad
- Certificados de seguridad cULus, TUV-GS, CCC, EN60950, PSB, NOM, marca B, GOST, FDA DHHS, SHOAN, certificados EMI/EMC, FCC Parte 15 Clase B, EN55022: 1998, EN55024: 1998, VCCI, MIC, C-Tick
- Peso y dimensiones
- Peso*
- 3,5 kg
- Contenido del embalaje
- Mando a distancia*
- Control remoto inalámbrico con función de ratón USB

- Otras características
- Fuentes de luz
- Lámpara UHP de 210 vatios, lámpara de 4.000 horas de duración estándar, hasta 8.000 horas en modo de ahorro
- Resolución escalable
- Aumento desde VGA (640 x 480) y reducción desde SXGA+ (1.400 x 1.050)
- Requisitos de energía
- Voltaje de entrada de 115 a 127 VCA (+/-10%), 60 Hz (+/-2 Hz), 12 A; de 220 a 240 VCA (+/-10%), 50 Hz (+/-2 Hz), 6 A
- Montaje
- Posibilidad de montaje en techo, trípode o mesa para proyección frontal o posterior
- Sistema de lentes
- f/2,4~2,6, f=24,3~29,2 mm; zoom óptico de 1,2:1, enfoque manual

4.4.2. Funcionamiento del producto o servicio

Para el funcionamiento del servicio la empresa consta con profesionales competitivos y capaces, especializados en su rubro como se describe a continuación:

- Ingeniero de sistemas
- Diseñador gráfico
- Especialista en educación vial

4.4.3. Servicio

El servicio que se ofrece a las instituciones educativas, es exclusiva, es decir no existe otra empresa que se dedique a la capacitación en seguridad vial como la empresa que estamos creando.



Esto asegura la compra del servicio al no tener competidores.

Figura 5. Capacitando a los estudiantes

4.4.4. Ubicación del local

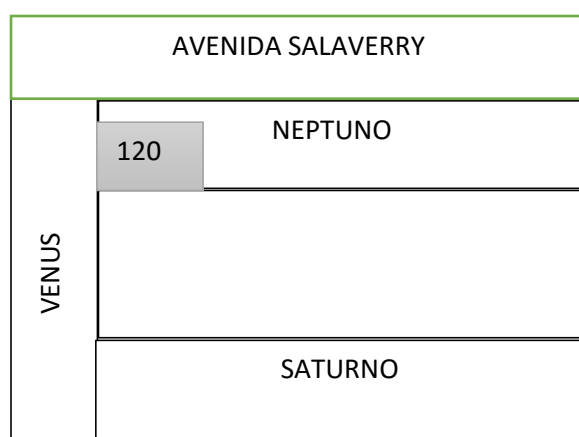
Ubicación macro: Región: Lambayeque; Provincia: Chiclayo; Dirección: Calle Neptuno 125 Urbanización Santa Elena - Chiclayo



Figura 6. Localización

Fuente: Google Maps.

Ubicación Micro:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Calle Neptuno 125 Urbanización Santa Elena - Chiclayo

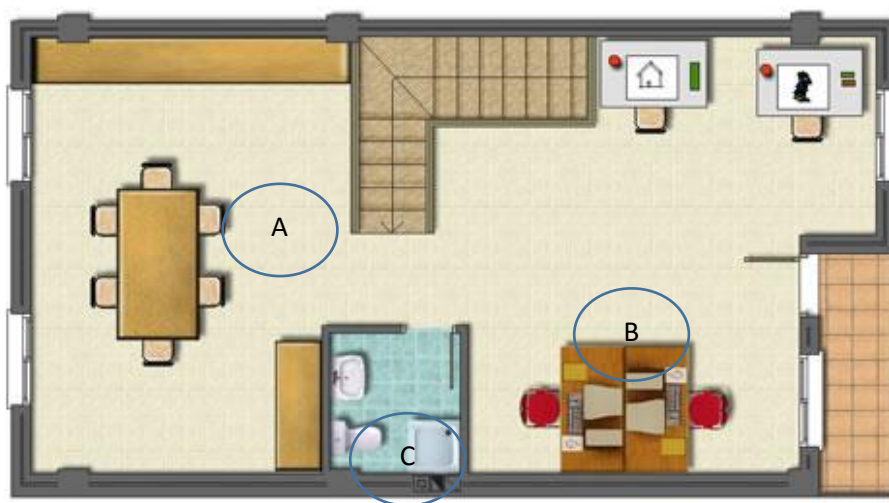


Figura 8. Layout del local

Fuente: Elaboración propia.

Dónde

A= Sala de conferencia

B= Oficina de atención

C= SSHH

4.4.5. Flujograma tecnológico

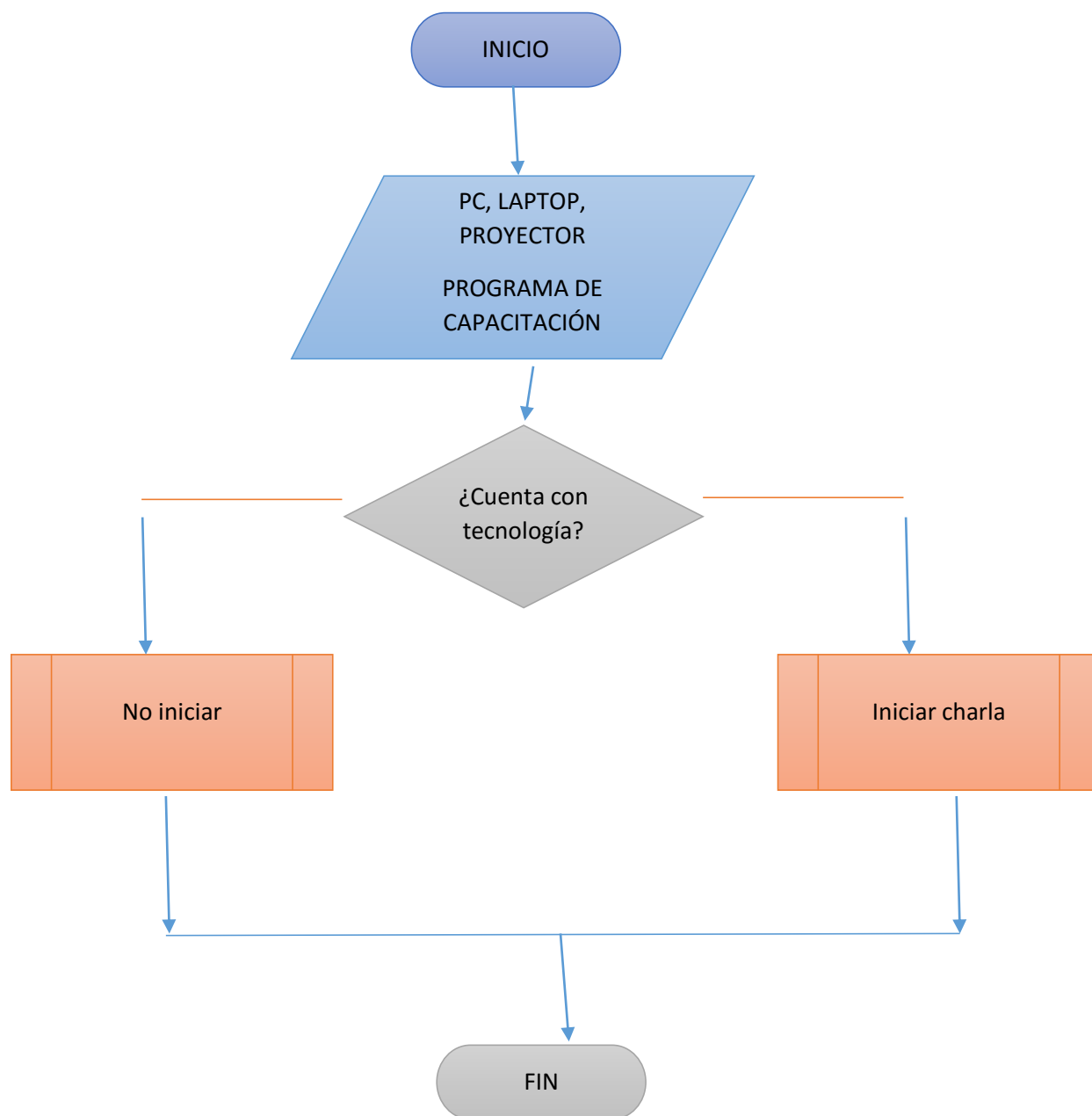


Figura 9. Flujo grama tecnológico

Fuente: elaboración propia

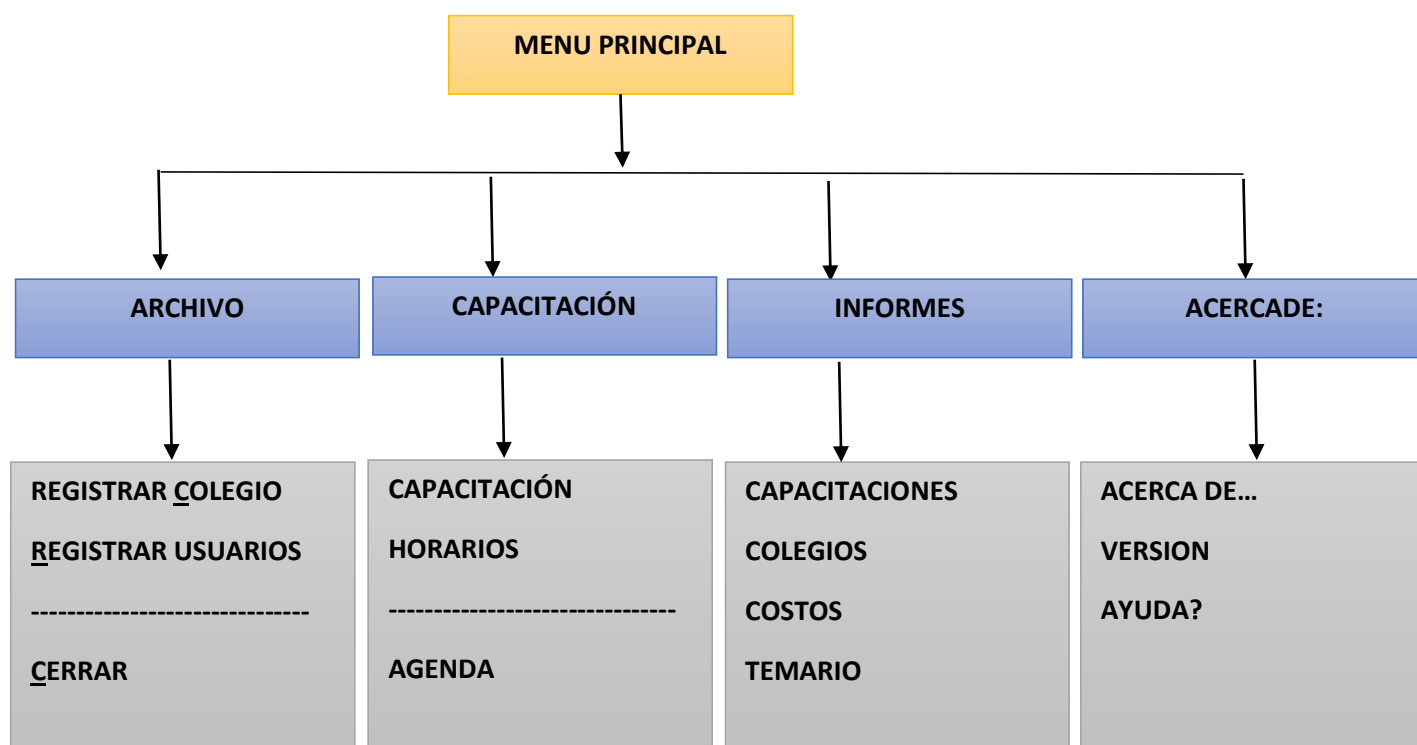


Figura 10. Arquitectura del sistema

Fuente: Elaboración propia

4.5. Viabilidad Económica

4.5.1. Pronóstico de Ventas

Tabla 12. Pronóstico de ventas

Año 1

Período (Meses)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Unidades	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	75
Precio	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	
Total Ventas	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 3,750.00	S/. 45,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Las unidades se obtienen de la operación de 75 colegios dividido entre 12 meses k tiene el año = 4.6

Período (Años)	1	2	3	4	5
Unidades	75	75	75	75	75
Precio	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00
Total Ventas	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: El Pronóstico de Ventas anuales sale de multiplicar las unidades vendidas por año 75 por su precio S/. 600.00, obteniendo un total de S/ 45000.00 durante los primeros 5 años.

Promedio de préstamos a realizar	
Prestamos de	S/. 0.00
Tasa	8%
Interés	S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Como no hay préstamo de dinero los intereses a pagar serán cero.

4.5.2. Presupuesto de materia prima mensual

Tabla 13. Presupuesto de materia prima mensual

Materia Prima Oficina	Unidad de Medida	Número de Unidad	Costo Unidad	Costo Total
Tinta	Unidad	1	S/. 5.00	S/. 5.00
Copias	Unidad	1000	S/. 0.01	S/. 5.00
Papel	Millar	2	S/. 10.00	S/. 20.00
			TOTAL	S/. 30.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La materia prima a utilizar son los útiles de oficina y servicios que son; Tinta, de las cuales utilizaremos una (01) unidad, Papel de los cuales utilizaremos mil (1000) unidades y copias de las cuales utilizaremos 2 millares (2000). El costo total será de S/.30.00 que resultan de la multiplicación del costo por unidad por la cantidad de materia prima.

4.5.3. Presupuesto de mano de obra directa

Tabla 14. Presupuesto de mano de obra directa

M.O.D	Cantidad	Sueldo Mensual	Costo Total
Expositores	1	S/. 750.00	S/. 750.00
			S/. 750.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: El presupuesto de mano de obra directa sale de multiplicar el sueldo mensual del expositor, que sería S/ 750.00

4.5.4. Presupuesto de costos capacitación

Tabla 15. Presupuesto de costos capacitación

MES 0

C.I.C	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Servicio de Telefonía Móvil –Internet	2	S/. 60.00	S/. 120.00
Pc HP	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Laptop	1	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00
Proyector	1	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00
Movilidad	2	S/. 10.00	S/. 20.00
		TOTAL	S/. 5,740.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En el presupuesto de costos de capacitación tenemos los servicios de telefonía móvil – internet utilizaremos dos (02) servicios los cuales su costo unitario será de S/.60.00, lo que hace un costo total de S/.120.00, para la PC HP el cual su costo será de S/.1500.00, una laptop la cual su costo será de S/.1600.00, 1 proyector el cual su costo será de S/2500.00 y en movilidad utilizaremos dos (02) servicios de S/.10.00 cada uno lo que hará un costo total de S/20.00. Este será el presupuesto para el

MES 0 que hace un total de S/5740.00. Diferente será para los siguientes meses.

Siguientes Meses:

C.I.C	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Servicio de telefonía Móvil –Internet	2	S/. 60.00	S/. 120.00
Movilidad	2	S/. 10.00	S/. 20.00
			S/. 0.00
TOTAL			S/. 140.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En el presupuesto de costos de capacitación tenemos los servicios de telefonía móvil – internet utilizaremos dos (02) servicios los cuales su costo unitario será de S/.60.00, lo que hace un costo total de S/.120.00 y en movilidad utilizaremos dos (02) servicios de S/.10.00 cada uno lo que hará un costo total de S/20.00. Lo cual hará un costo total mensual de S/140.00, esto será para los siguientes meses.

4.5.5. Presupuesto De Gastos De Ventas

Tabla 16. Presupuesto De Gastos De Ventas

MES 0

G.V	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Volantes	2000	S/. 0.02	S/. 40.00
Ingº Sistemas			
Programa Educa Vial	1	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Banners	1	S/. 150.00	S/. 150.00
TOTAL			S/. 3,190.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En el presupuesto de gastos de venta se contó con volantes los cuales utilizaremos dos mil (2000) con un costo unitario de S/0.02, lo que hace un total de S/40.00, para el ingeniero de sistemas para el programa de educación vial se le pagará S/3000.00 y para los banners

tenemos un costo de S/150.00, todo esto hace un total de S/3190.00 para el Mes 0. Para los siguientes meses cambiará.

Siguientes Meses

G.V	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Publicidad	3	S/. 100.00	S/. 300.00
TOTAL			S/. 300.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Se utilizó tres (03) publicidades, los cuales su costo unitario será de S/100.00, esto hace un costo total de S/300.00, los siguientes meses será igual.

4.5.6. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 17. Presupuesto de gastos de administración

Mes 0

G.A	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Útiles de Oficina	1	S/. 10.00	S/. 10.00
Otros gastos	1	S/. 5.00	S/. 5.00
Impresora	1	S/. 150.00	S/. 150.00
Computadora	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
TOTAL			S/. 1,665.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En el presupuesto de gastos de administración tenemos a los útiles de oficina con un costo unitario de S/.10.00, impresora con un costo unitario de S/.150.00, una computadora con un costo total de S/.1500.00 y otros gastos que tendrán un costo total de S/.5.00, todo esto hace un total de S/.1665.00

Siguientes Meses

G.A	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Útiles de Oficina	1	S/. 15.00	S/. 15.00
Otros gastos	1	S/. 10.00	S/. 10.00
TOTAL			S/. 25.00

Fuete: Elaboración propia.

Interpretación: En el presupuesto de gastos de administración de los siguientes meses tenemos a los útiles de oficina con un costo unitario de S/.15.00 y otros gastos que tendrán un costo total de S/. 10.00, todo esto hace un total de S/. 25.00

4.5.7. Presupuesto de gastos financieros

Tabla 18. Presupuesto de gastos financieros

Total	0	Tasa Mensual	0.20
Inversión			
Préstamo	0	POTENCIA	2
TEA	1%	RENTA	0.00
Tiempo	1 años		

Fuente: Elaboración propia.

Período	Saldo Capital	Interés	Amortización	Renta
1	0	0.00	0.00	0.00
2	0.00	0.00	0.00	0.00
3	0.00	0.00	0.00	0.00
4	0.00	0.00	0.00	0.00
5	0.00	0.00	0.00	0.00
6	0.00	0.00	0.00	0.00
7	0.00	0.00	0.00	0.00
8	0.00	0.00	0.00	0.00
9	0.00	0.00	0.00	0.00
10	0.00	0.00	0.00	0.00
11	0.00	0.00	0.00	0.00
12	0.00	0.00	0.00	0.00
Total		0.00	0.00	
	Total	0.00		

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: El presupuesto de Gastos Financieros sale de multiplicar el costo por unidad de cada ítem por la cantidad. Se obtiene así el costo total de costos de Gastos Financieros, cuyo valor es 0 debido a que no existe financiamiento. Los siguientes meses será igual.

4.5.8. Resumen Presupuestos Mensual

Tabla 19. Resumen Presupuestos Mensual

Período (mes)	0	1	2	3	4	5
Materia Prima	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00
Mano de Obra	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00
Costos Indirec. Fabric.	S/. 5,740.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00
Gastos Ventas	S/. 3,190.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Gastos Administración	S/. 1,665.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00
Gastos Financieros						
TOTALES	S/. 11,375.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00

6	7	8	9	10	11	12	Total
S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 360.00
S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 9,000.00
S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 1,680.00
S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 3,600.00
S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 300.00
							S/. 0.00
S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 1,245.00	S/. 14,940.00

Fuente: Elaboración propia.

TOTAL INVERSIÓN	S/. 11,375.00
------------------------	----------------------

Interpretación: El resumen del presupuesto mensual se obtiene del costo total de cada ítem, sumando la materia prima S/. 360.00, Mano de Obra S/. 9,000.00, Costos Indirectos de Fabricación S/. 1,680.00, Gastos de Ventas S/. 3,600.00, Gastos de Administración S/. 300.00 y los Gastos Financieros S/. 00.00, todo esto hace un total de S/. 11,375.00

4.5.9. Costo Total de Producción

Tabla 20. Costo Total de Producción

Año 1

Período (Meses)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Materiales	S/. 30.00	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 35.40	S/. 35.4	S/. 35.4	S/. 35.4	S/. 35.4	S/. 35.4	S/. 392.40
Mano de obra Directa	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 5,016.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 13,266.00
Costos Indirectos de Fabricación	S/. 5,740.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 1,680.00
Costo Total de Producción	S/. 6,520.00	S/. 920.00	S/. 920.00	S/. 920.00	S/. 920.00	S/. 920.00	S/. 920.00	S/. 5,191.40	S/. 925.40	S/. 925.40	S/. 925.40	S/. 925.40	S/. 925.40	S/. 15,338.40

Fuente: Elaboración propia.

Período (Años)	1	2	3	4	5
Materiales	S/. 392.40	S/. 392.40	S/. 392.40	S/. 392.40	S/. 392.40
Mano de obra Directa	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00
Costos Indirectos	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00
Costo Total de Capacitación	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40
Costo Unitario de Capacitación	S/. 278.88	S/. 278.88	S/. 278.88	S/. 278.88	S/. 278.88

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Costo Total de Producción sale de sumar el costo por unidad de los materiales S/. 15,338.40, Mano de Obra Indirecta S/. 13,266.00, Costos Indirectos de Fabricación S/. 1,680, obteniendo un total de S/. 15,338.40, esto se multiplica por los 12 meses obteniendo así el total de costo de producción anual de S/. 15,338.40, aplicando ese valor durante los primeros 5 años.

4.5.10. Flujo de caja proyectado

Tabla 21. Flujo de caja proyectado

Período (Años)	0	1	2	3	4	5
Unidades		75	75	75	75	75
Precio		S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00
Total Ingresos		S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00
Inversión	S/. 11,375.00					
Total Costos de Capacitación	S/. 6,520.00	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40
Materia Prima	S/. 30.00	S/. 392.40	S/. 392.40	S/. 392.40	S/. 392.40	S/. 392.40
Mano de Obra Directa	S/. 750.00	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00	S/. 13,266.00
Costos Indirectos de Capacitación	S/. 5,740.00	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00	S/. 1,680.00
Total Gastos	S/. 4,855.00	S/. 3,900.00	S/. 3,900.00	S/. 3,900.00	S/. 3,900.00	S/. 3,900.00
Gastos de Ventas	S/. 3,190.00	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00
Gastos de Administración	S/. 1,665.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Gastos Financieros		S/. 0.00				
Total Costos y Gastos		S/. 19,238.40	S/. 19,238.40	S/. 19,238.40	S/. 19,238.40	S/. 19,238.40
FLUJO DE CAJA	-S/. 11,375.00	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Se puede observar que los costos netos del Flujo de caja son en la proyección de los 5 años, lo que significa que el proyecto es aceptable desde el punto de vista rentable.

4.5.11. Estado de resultados proyectado

Tabla 22. Estado de resultados proyectado

Período (Años)	1	2	3	4	5
Ventas	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00	S/. 45,000.00
Costo de Ventas	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40	S/. 15,338.40
Utilidad Bruta	S/. 29,661.60	S/. 29,661.60	S/. 29,661.60	S/. 29,661.60	S/. 29,661.60
Gastos Operativos					
Gastos de Ventas	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00
Gastos de Administración	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Gastos Financieros	S/. 0.00				
Utilidad antes de Impuestos	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60	S/. 25,761.60
Impuesto a la Renta (30%)	S/. 7,728.48	S/. 7,728.48	S/. 7,728.48	S/. 7,728.48	S/. 7,728.48
Utilidad Neta	S/. 18,033.12	S/. 18,033.12	S/. 18,033.12	S/. 18,033.12	S/. 18,033.12

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La utilidad neta obtenida o proyectada para los 5 años es aceptable al ser cantidades positivas y aseguran una ganancia para la empresa, por lo que la viabilidad del proyecto es aceptable

4.5.12. Ratios

Tabla 23. Ratios

Valor Actual Neto						
Período	0	1	2	3	4	5
F.C.E	-11375	25761.6	25761.6	25761.6	25761.6	25761.6
TEA	28%					
VAN	S/ 53,853.53					

Fuente: Elaboración propia.

Tasa Interna de Retorno	
TIR	226%

Fuente: Elaboración propia.

Período de Recupero		
Período	0	1
F.C.E	-25682.2	63503.7

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: El Valor Actual Neto se obtiene aplicando la fórmula del VAN al flujo de Caja Económico (FCE) teniendo en cuenta la tasa efectiva anual (TEA) sumando todos se obtiene el VAN durante los primeros 5 años. En base a esto se obtiene la Tasa Interna de Retorno (TIR), haciendo el VAN igual a cero, y además se obtiene el periodo de recupero cuando el FCE se hace positivo.

4.5.13. Punto de Equilibrio Mensual

Tabla 24. Punto de Equilibrio Mensual

Descripción	Costos fijos	Costos Variables
Materia Prima		S/. 30.00
Mano de Obra Directa		S/. 750.00
CIF	S/. 140.00	
Gastos Ventas	S/. 300.00	
Gastos Admin	S/. 25.00	
Gastos Financieros	S/. 0.00	
Total	S/. 465.00	S/. 780.00

Fuente: Elaboración propia.

Producción Mensual	6.25	
Precio de Venta	S/. 600.00	
Costo Variable Unitario	S/. 124.80	% M.C.
Margen Contribución	S/. 475.82	79.20%

Fuente: Elaboración propia.

Punto de Equilibrio:	1	Unidades
Punto de Equilibrio:	S/. 587.12	Soles

$$P.E = C.F / P_v - C.V.u \quad (\text{unds.})$$

$$P.E = C.F / \% M.C. \quad (\text{soles})$$

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: El Punto de Equilibrio Mensual se obtiene aplicando la fórmula luego de calcular los Costos Fijos y los Costos Variables teniendo en cuenta el precio unitario o las ventas. En base a esto se obtiene el punto de equilibrio en unidades producidas y valor en soles del producto mínimo necesario para obtener resultados positivos.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Según los resultado obtenidos la viabilidad estratégica en la presente investigación que generaremos estrategias que permitan dar a conocer los servicios sobre capacitación en seguridad vial ante la necesidad y la ausencia de ese programa en las instituciones educativas privadas así lo demuestra los resultados de la figura 13 donde el 60% indican que debería existir un programa de educación vial en los colegios.

De acuerdo a los resultados obtenidos la viabilidad del mercado para la elaboración de un programa interactivo de educación vial para estudiantes de colegios secundarios es alta y positiva así lo demuestra los resultados de la figura 14 donde el 53% de los encuestados están totalmente de acuerdo que hace falta más seguridad vial con el propósito de evitar accidentes de tránsito.

Se puede determinar según los resultados obtenidos que es positivo la viabilidad organizacional y administrativo para la elaboración de un programa interactivo de educación vial para estudiantes de colegios secundarios así lo demuestra los resultados de la figura 16 donde el 93% de los encuestados manifiesta estar interesados en la capacitación de un programa de educación vial, a ello se le suma los resultado de la figura 17 donde el 57% de los encuestados encuentran muy interesante la elaboración de este programa de educación vial.

Con respecto a la viabilidad técnica-operativa si es posible su realización porque la organización cuenta con muy buena infraestructura, con los recursos materiales y sobre todo talento humano para llevar a cabo las capacitaciones en los centros educativos esto se fundamenta en los resultados de la figura 18 donde 100% de los encuestado desean tener dicho programa, a ello se suma los resultados de la figura 20 donde el 100% de los encuesta creen que darían un valor agregado a sus colegios.

Con respecto a la viabilidad económica -financiera para la elaboración de un programa interactivo de educación vial para estudiantes de colegios secundarios. Se establecieron las actividades financieras obteniendo un flujo de caja proyectado a 5 años con cantidades positivas y con indicadores económicos como el Van, TIR y Punto de Equilibrio el cual sus indicadores son positivos.

5.2. Recomendaciones

Es importante establecer y generar constantes estrategias de acuerdo al tiempo, periodo del año escolar para incrementar la fidelización de los clientes y así tener mayores contratos para la empresa.

Es importante establecer nuevas rutas de mercado fuera de la ciudad o Chiclayo metropolitano con el propósito de captar nuevos clientes potenciales.

Recomendamos capacitar constantemente al personal para que esté preparado y brinde un servicio de capacitación de calidad a nuestros clientes, de esta manera ganar prestigio en el mercado y adquirir nuevos clientes.

Asimismo recomendamos estar a la vanguardia de los sistemas de información como son la tecnología, el equipo informático y de exposición, estar siempre actualizando, esto permitirá tener una capacidad operativa dinámica para dar un servicio de calidad.

Las proyecciones financieras nos dan una indicación positiva, sin embargo siempre es bueno tener planes de contingencia para estar preparados y poder enfrentar algún desafío como por ejemplo siniestros que afecten a la organización.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cruz, S., & García, M.J. (2009). *Educación para la ciudadanía en educación secundaria*. Madrid: Ministerios de transportes.

Consejo Nacional de Seguridad vial – CNSV. (2001). Estado actual de la seguridad vial en el Perú. Recuperado de http://www.mtc.gob.pe/cnsv/pnsv/estado_actual_sv.html

Fernández Valiñas, Ricardo. (2007). Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. México D.F. : Editorial Mc Graw Hill.

García, J. (2007). *Dificultades del desarrollo: evaluación e intervención*. Madrid: Pirámide.

Gutiérrez, García, Raúl. (1999). Ventas y mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa. (1ª ed.). México, D.F. Fondo editorial de la Universidad Iberoamericana.

Luca, S. L. (2005). *Transitando: Algunas herramientas para el docente sobre educación Vial*. Recuperado de <http://www.ieoi.org/deloslectores/958Luca.PDF>

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2001). *Reglamento Nacional de Tránsito*. Recuperado de: <http://www.mtc.gob.pe/indice/b.subsectortransportes/b.transportetransito/terrestre/circulacionterrestremarcogeneral/b.normasdetransitoterrestre/D.S.033-2001-mtcrgtonacionaldetransito.pdf>.

Ocio, E. (2006). *Guía didáctica de la educación vial para la educación secundaria obligatoria*. Salamanca: Ministerio del interior.

Palomo, B. (2009). *Educación vial como centro de interés: ámbito social*. Madrid: Ministerios de transportes.

Sánchez, P. (2005). *Materiales de educación vial para personas adultas*. Madrid: Ministerio del interior.

Vexler, I. (2004). *Una Educación de calidad para todos los jóvenes: Desafíos, Tendencias y Prioridades*. Recuperado de: <http://www.minedu.gob.pe/educacionparatodos/xtras/GinebraVexler.pdf>.

VII. ANEXOS

INSTITUCIÓN EDUCATIVA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Adeu	Avenida Bolognesi 458-472 – Chiclayo	225960
Adventista Chiclayo	Avenida Alfonso Ugarte 1356 – Chiclayo	226271
Aful	Avenida Pedro Ruiz 817 – Chiclayo	228491
American College	Calle Sinai Mz e lote 10 – Chiclayo	
Amigos	Calle 7 de Enero 1437 – Chiclayo	234572
Appul College	Calle francisco cabrera 151 – Chiclayo	229217 - 204969
Arcángel San Rafael	Calle 7 de enero 676 – Chiclayo	238914
Bautista Logos	Calle la esperanza 135 – Chiclayo	
Beata Imelda	Avenida Leoncio prado 885 – Chiclayo	238304
Berkeley High School	Calle francisco cuneo 1150 Chiclayo	
Bertolt Brecht	Calle jacarandas 401 – Chiclayo	234355
Blas Pascal	Avenida Sáenz Peña 823 – Chiclayo	692987 - 229584
Boston College	Calle Alfonso Ugarte 626 – Chiclayo	
Bruning College	Avenida José Leonardo Ortiz 355 - Chiclayo	204753 - 223231
Ceibos	Avenida Bolognesi s/n – Chiclayo	210491
Cenit	Calle manco Capac 278 – Chiclayo	613122
Cima	Avenida Grau Mz b lote 1 – Chiclayo	208993
Colegio Empresarial	Calle los faiques 149 – Chiclayo	
Cubano Peruano	Calle Alfonso Ugarte 1487 – Chiclayo	206304
David Hansen	Belaunde 110 Belaunde – Chiclayo	202571
Deportivo Adeu	Calle Daniel Alcides Carrión 160 – Chiclayo	
El Nazareno	Avenida Luis Gonzales 1094 – Chiclayo	205798
Emprendedores Gajel	Avenida Luis Gonzales 1364 Chiclayo	
Excelencia	Calle Tacna 155-157 – Chiclayo	206882
Fachse Pedro Ruiz Gallo	Calle Dallorso 150 – Chiclayo	235871
Fleming College	Avenida Humbolt 504 – Chiclayo	

Frederick Sanger	Calle los Jasmines s/n mz b lote 15-16 – Chi.	229365
George Butler	Calle Andrés Razuri 185 – Chiclayo	
Hipolito Unanue	Avenida Sáenz Peña 1046 – Chiclayo	
Humboldt College	Avenida Luis Gonzales 907 – Chiclayo	223556
Independencia	Avenida Garcilaso de la vega 571 – Chiclayo	226566
Ingeniería	Avenida Alfredo Lapoint 959 – Chiclayo	239457
Isaac Delgado Elite College	Avenida General Necochea 189 – Chiclayo	
Israel	Calle los tumbos 290 – Chiclayo	
Jean Piaget	Calle amazonas 845 Campodónico - Chiclayo	
Jesús Divino Maestro	Calle los naranjos 110 - Chiclayo	225524
Jorge Basadre	Calle Vicente de la vega 1056 – Chiclayo	222350
Juan Mejía Baca	Avenida Grau 175 - Chiclayo	229830
Julio Verne Eirl	Calle 7 de enero 224 – Chiclayo	492380
La Inmaculada	Calle Manuel María izaga 866 – Chiclayo	232001
La Salle	Calle san José 285 – Chiclayo	
Las Américas	Avenida Luis Gonzales 261 – Chiclayo	235078
Leonardo Da Vince College	Avenida Zarumilla 795 Simón Bolívar – Chiclayo	
Manuel Pardo	Avenida Luis Gonzales 1415 – Chiclayo	231631
María de Los Ángeles Thales	Calle juan Cuglievan 936 – Chiclayo	237403
María del Socorro	Avenida Alfonso Ugarte 1284 – Chiclayo	238272
María Lucrecia Prado Vargas	Calle miguel Grau 618-622 – Chiclayo	226732
Mario Vargas Llosa	Calle Tacna 985 Chiclayo – Chiclayo	
Mi Jesús	Pasaje la puntilla 150 – Chiclayo	229712
Miraflores	Calle Juda mz g lote 42 – Chiclayo	
Monseñor Ignacio de Orbegoza	Mz k lote 08-09 ciudad del chofer – Chiclayo	
Paul Harris College	Avenida Luis Gonzales 907 Chiclayo – Chiclayo	
Peruano Canadiense	Calle francisco cabrera 1288 – Chiclayo	325174 – 229192

Peruano Español Inter Mundo	Calle lora y cordero 753 – Chiclayo	270150
Pitagoras	Avenida Luis Gonzales 1364 – Chiclayo	207274 – 498392
Regional Universitaria P.R.G.	Avenida balta 160 – Chiclayo	225769
Renán Elías Olivera	Carretera Villa Olivera Km. 1 Grupo Aéreo 6	273559
Ricardo Abrahams School	Avenida balta 015 – Chiclayo	271817
Rosa María Checa	Calle juan Tomis Stack 170 – Chiclayo	227958
Sagrado Corazón de Jesús	Calle manco Capac 535 – Chiclayo	274382
Sagrado Divino Maestro	Av. Prolong. Bolognesi s/n lote 01-06 espiga de oro	484023
San Andrés	Calle Grau 466 – Chiclayo	600511
San Gabriel	Avenida Luis Gonzales 1438 – Chiclayo	271491
San Juan Bautista de la Salle	Calle manco Cerquera menor 290 – Chiclayo	266721
San Luis Gonzaga	Avenida Elías Aguirre 1025 – Chiclayo	
Santa Angela	Avenida miguel Grau 1290 – Chiclayo	233755
Santa María Mazzarello	Avenida balta 1652 – Chiclayo	
Santa María Reyna	Avenida miguel Grau 1132 – Chiclayo	236361/ 239062
Santa Verónica	Avenida 7 de enero 121 – Chiclayo	206947 – 237782
Santa Victoria	Jirón los amarantos 132 – Chiclayo	
Santo Tomas de Aquino	Calle 7 de enero 374 – Chiclayo	221745 – 205369
Sican	Avenida Manuel Arteaga 585 – Chiclayo	
Trilce Chiclayo	Avenida Grau Urb. santa victoria 1000 – Chiclayo	205124 – 206133
University College Ricardo Palma	Avenida Vicente de la vega 1425 Campodónico	226773
Virgen del Carmen	Calle armando Alva Díaz 380 – Chiclayo	211024

Fuente: Elaboración propia.



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Encuesta para la elaboración de un programa de educación vial para
estudiantes de colegios secundarios en la ciudad de Chiclayo”

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada ítem y responda honestamente.
- Marcar con un aspa (x) una alternativa según lo indique la pregunta.
- Sírvese a completar la información si se requiere.

I) DATOS GENERALES

- 1) **Nombre del colegio :** _____
- 2) **Cargo:** _____
- 3) **Sexo:**
 - a) Masculino
 - b) Femenino

II) CONOCIMIENTO DE EDUCACIÓN VIAL

- 4) **¿Cree Usted que la Educación Vial debería ser obligatoria en los colegios?**
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni acuerdo, ni desacuerdo
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo

5) ¿Cree usted que a Chiclayo le hace falta más seguridad Vial?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni acuerdo, ni desacuerdo
- d) Desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

6) ¿Cuál piensa que es la mejor forma de evitar que haya accidentes de tránsito? Marque solo 1 opción.

- a) Respetar las señales de tránsito.
- b) Haciendo campañas para concientizar a la gente.
- c) Realizar controles policiales con más frecuencia en las calles.

7) ¿Cree usted que sus alumnos de su colegio les interesaría llevar un programa de educación vial?

- a) Si
- b) No

8) ¿Cómo ve usted la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios de la ciudad de Chiclayo?

- a) Muy interesante
- b) Interesante
- c) Poco interesante
- d) Sin importancia

9) Si le parece interesante ¿Le gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio?

- a) Si
- b) No

III) PROPUESTA IDEA DE NEGOCIO

10) ¿Le gustaría obtener un programa interactivo de educación vial en el cual explique y concientice a sus alumnos acerca de la seguridad vial en la ciudad de Chiclayo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni acuerdo, ni desacuerdo
- d) Desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

11) ¿Cree usted que al tener un programa de educación vial en su colegio le daría un valor agregado?

- a) Si
- b) No

12) ¿Qué le gustaría encontrar de contenido en el programa?

Puede elegir más de una respuesta

- a) Material didáctico
- b) Videos relacionados
- c) Material interactivo
- d) Test por unidad

13) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este programa?

- a) 600
- b) 700
- c) 800
- d) 900
- e) 1000

Tabla 25. ¿Cargo en el centro educativo?

Pregunta 02	Director	Sub-director
Cargo en el centro educativo	25	5

Fuente: Elaboración propia

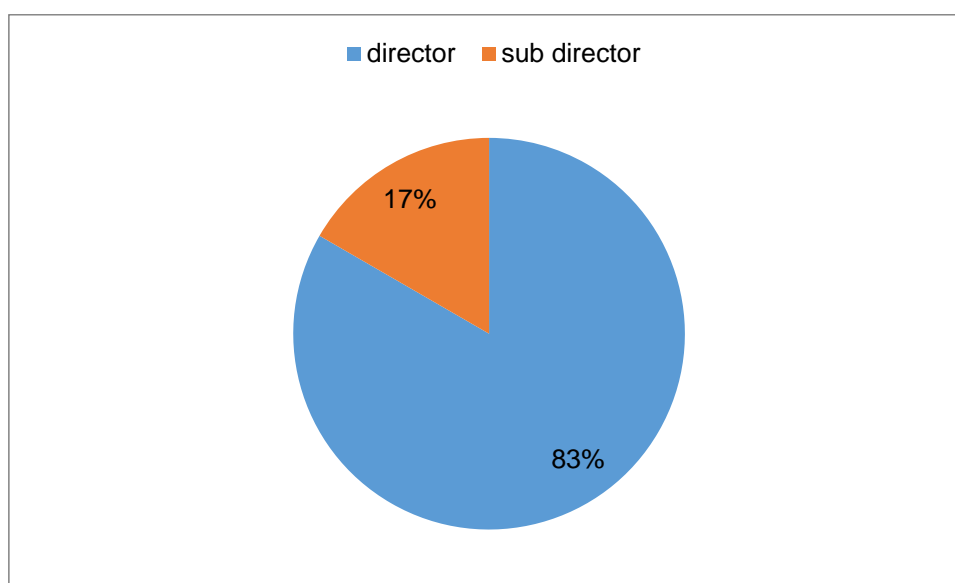


Figura 11. ¿Cargo en el centro educativo?

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de las encuestas realizada a los colegios podemos apreciar que el 83% se les realizó a los directores del respectivo centro educativo, mientras que el 17% fueron a los sub- directores.

Tabla 26. : Sexo

Pregunta 03	Masculino	Femenino
Sexo	24	6

Fuente: Elaboración Propia

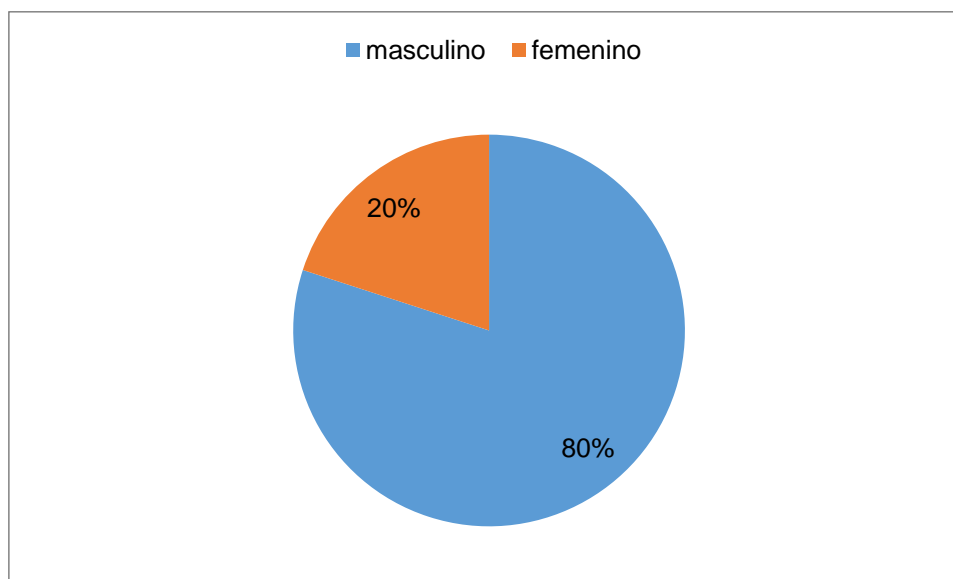


Figura 12. Sexo

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de las encuestas realizadas se aprecia que el 80% de los encuestados fueron del sexo masculino, mientras que el 20% restante son del sexo femenino.

Tabla 27. ¿Cree usted que la Educación Vial debería ser obligatoria en los colegios?

Pregunta 04	Totalmente de acuerdo	de acuerdo	ni de acuerdo, ni desacuerdo	desacuerdo	totalmente desacuerdo
¿Cree usted que la Educación Vial debería ser obligatoria en los colegios?	18	11	1	0	0

Fuente: Elaboración Propia

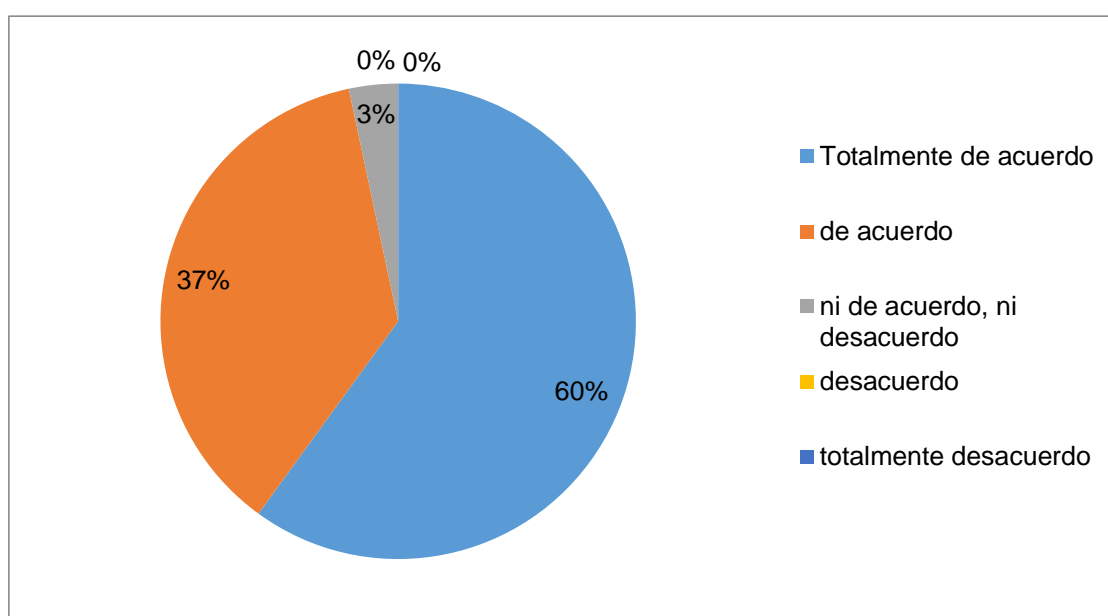


Figura 13. ¿Cree usted que la Educación Vial debería ser obligatoria en los colegios?

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 60% de los directores o sub-directores encuestados están totalmente de acuerdo en que la educación vial debería ser obligatoria en los colegios, mientras que el 37% están de acuerdo y solo un 3% no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla 28. ¿Cree usted que a Chiclayo le hace falta más seguridad Vial?

Pregunta 05	Totalmente de acuerdo	de acuerdo	ni de acuerdo, ni desacuerdo	desacuerdo	totalmente desacuerdo
¿Cree usted que a Chiclayo le hace falta más seguridad Vial?	16	14	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia

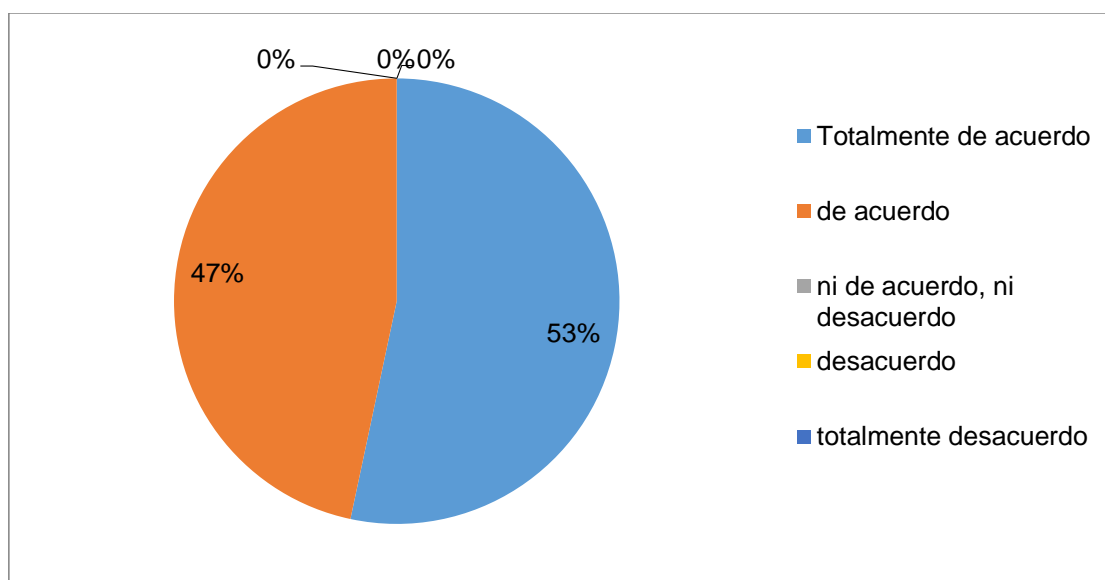


Figura 14. ¿Cree usted que a Chiclayo le hace falta más seguridad Vial?

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 53% de los directores o sub-directores encuestados están totalmente de acuerdo en que a Chiclayo le hace falta más seguridad vial, mientras que el 47% están solo de acuerdo.

Tabla 29. ¿Cuál piensa que es la mejor forma de evitar que haya accidentes de tránsito?

Pregunta 6	Respetar las señales de tránsito.	Haciendo campañas para concientizar a la gente	Realizar controles policiales con más frecuencia en las calles
¿Cuál piensa que es la mejor forma de evitar que haya accidentes de tránsito?	10	15	5

Fuente: Elaboración Propia

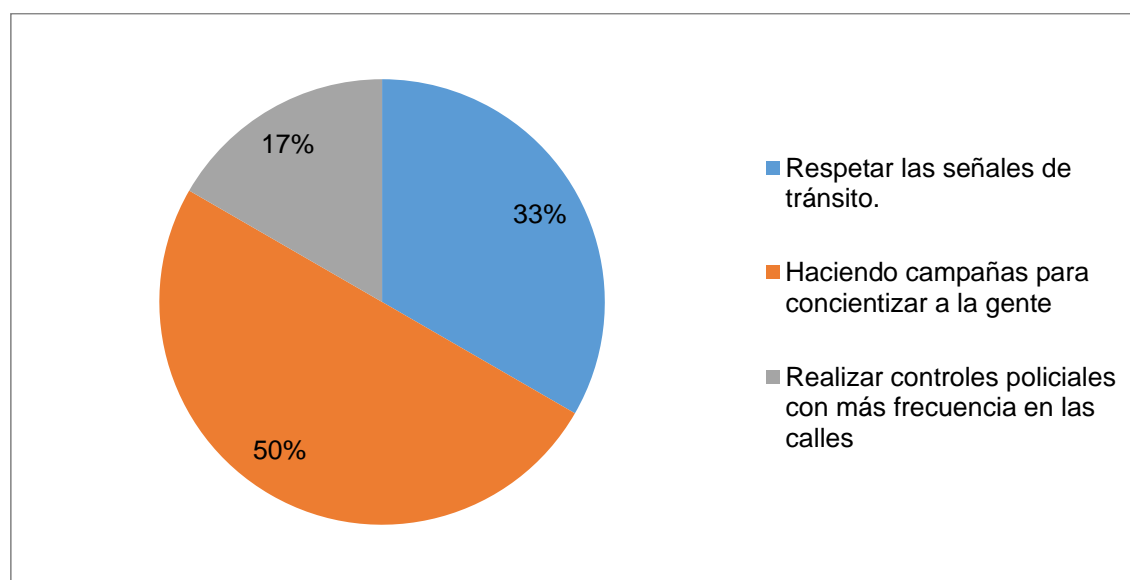


Figura 15. ¿Cuál piensa que es la mejor forma de evitar que haya accidentes de tránsito?

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se podemos apreciar que el 50% de los directores o sub-directores encuestados piensan o creen que haciendo campañas para concientizar a la gente es la mejor forma de evitar los accidentes de tránsito, mientras que el 33% cree que es mejor respetando las señales de tránsito, y solo el 17 % cree que es mejor realizando controles policiales con más frecuencia en las calles.

Tabla 30. ¿Cree usted que sus alumnos de su colegio les interesarían llevar un programa de educación vial?

Pregunta 07	si	no
¿Cree usted que los alumnos de su colegio les interesarían llevar un programa de educación vial?	28	2

Fuente: Elaboración Propia

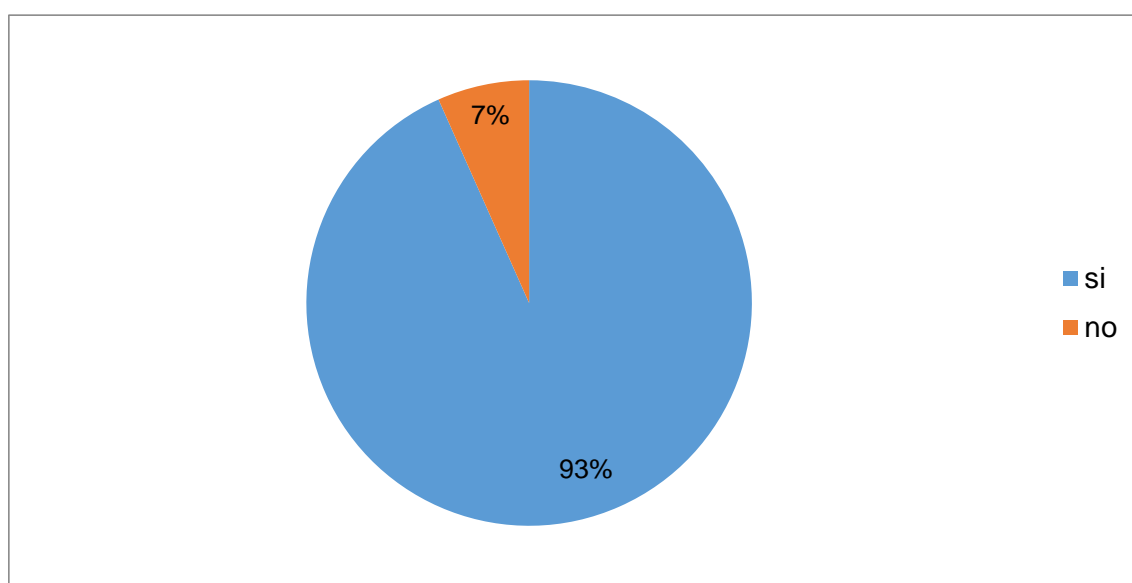


Figura 16. ¿Cree usted que sus alumnos de su colegio les interesarían llevar un programa de educación vial?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 93% de los directores o sub-directores encuestados creen que los alumnos de sus colegios si les interesaría llevar un programa de educación vial, mientras que el 7% creen que no estarían interesados en este programa.

Tabla 31. ¿Cómo ve usted la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios de la ciudad de Chiclayo?

Pregunta 08	Muy interesante	interesante	poco interesante	sin importancia
¿Cómo ve usted la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios de la ciudad de Chiclayo?	17	13	0	0

Fuente: Elaboración Propia

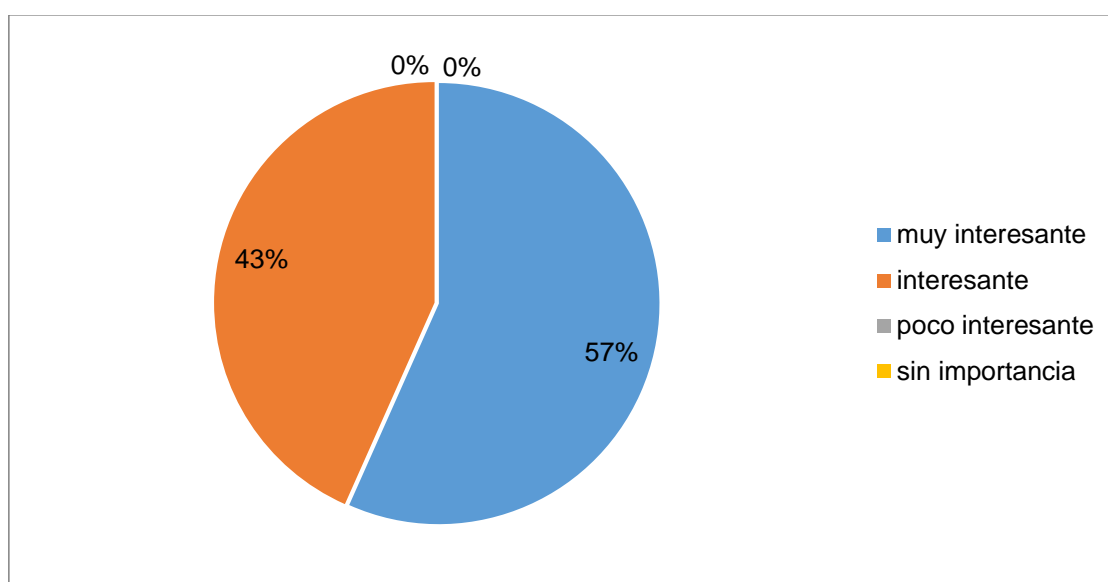


Figura 17. ¿Cómo ve usted la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios de la ciudad de Chiclayo?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 57% de los directores o sub-directores encuestados les parece muy interesante la idea sobre la elaboración de un programa de educación vial para los colegios en la ciudad de Chiclayo, mientras que el 43% solo les parece interesante.

Tabla 32. Si le parece interesante ¿Le gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio?

Pregunta 09	si	no
Si le parece interesante ¿Le gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio?	30	0

Fuente: Elaboración Propia

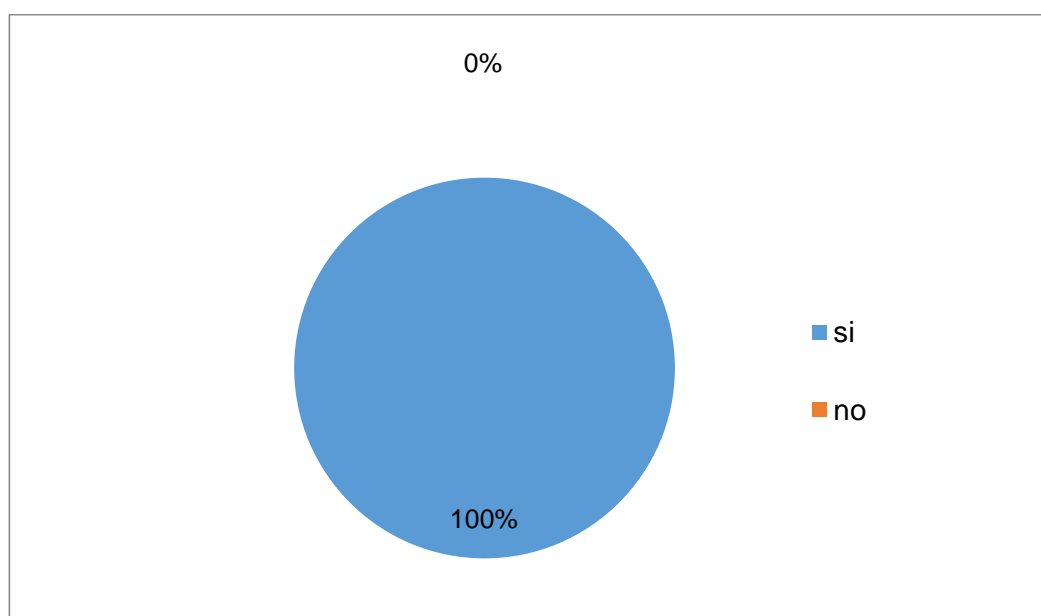


Figura 18. Si le parece interesante ¿Le gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 100% de los directores o sub-directores encuestados les gustaría tener este programa de educación vial implementado en su colegio.

Tabla 33. ¿Le gustaría obtener un programa interactivo de educación vial en el cual explique y concientice a sus alumnos acerca de la seguridad vial en la ciudad de Chiclayo?

Pregunta 10	Totalmente de acuerdo	de acuerdo	ni de acuerdo, ni desacuerdo	desacuerdo	totalmente desacuerdo
¿Le gustaría obtener un programa interactivo de educación vial en el cual explique y concientice a sus alumnos acerca de la seguridad vial en la ciudad de Chiclayo?	22	8	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia

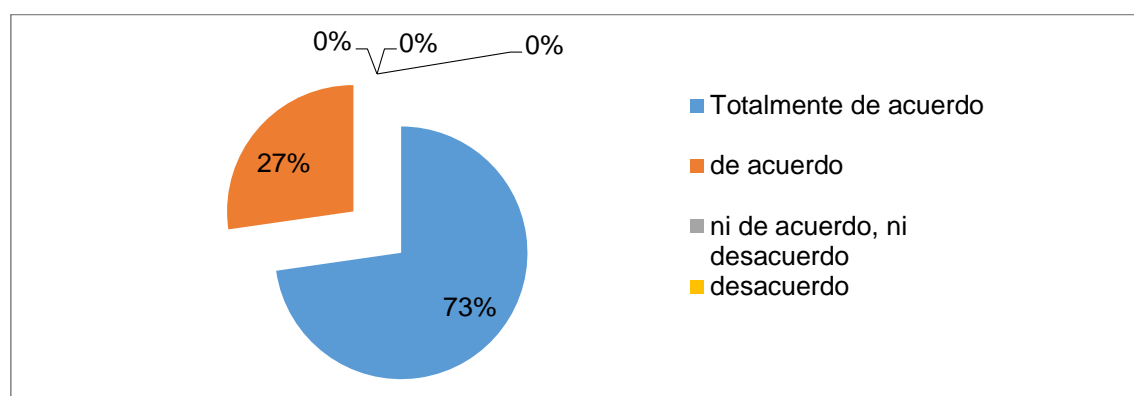


Figura 19. ¿Le gustaría obtener un programa interactivo de educación vial en el cual explique y concientice a sus alumnos acerca de la seguridad vial en la ciudad de Chiclayo?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 73% de los directores o sub-directores encuestados están totalmente de acuerdo en que les gustaría obtener un programa interactivo de educación vial en el cual explique y concientice a sus alumnos acerca de la seguridad vial y el 23% solo están de acuerdo.

Tabla 34. ¿Cree usted que al tener un programa de educación vial en su colegio le daría un valor agregado?

Pregunta 11	si	no
¿Cree usted que al tener un programa de educación vial en su colegio le daría un valor agregado?	30	0

Fuente: Elaboración Propia

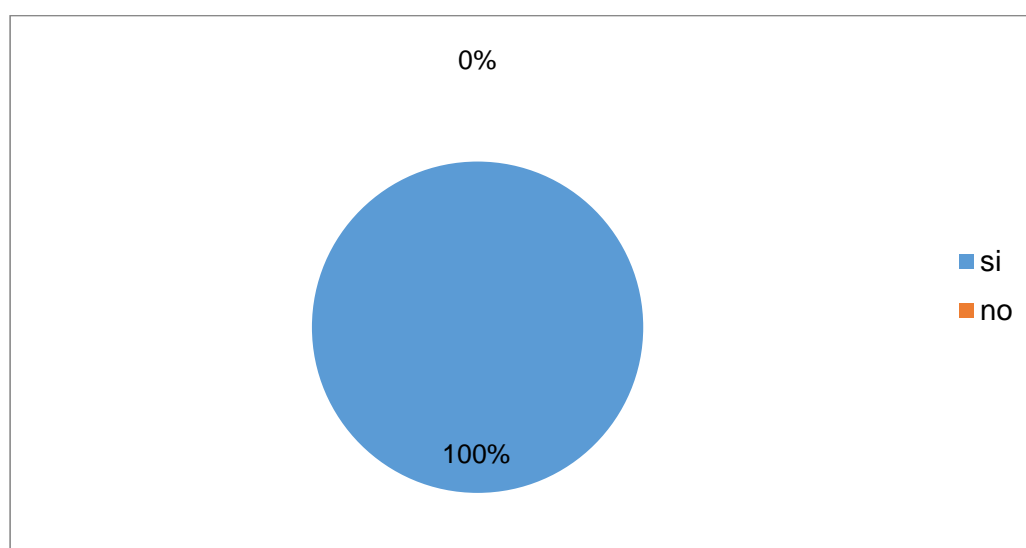


Figura 20. ¿Cree usted que al tener un programa de educación vial en su colegio le daría un valor agregado?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 100% de los directores o sub-directores encuestados creen que este programa de educación vial si le daría un valor agregado a sus colegios.

Tabla 35. ¿Qué le gustaría encontrar de contenido en el programa?

Pregunta 12	material didáctico	videos relacionados	material interactivo	test por unidad	T.A
¿Qué le gustaría encontrar de contenido en el programa?	9	12	10	9	15

Fuente: Elaboración Propia

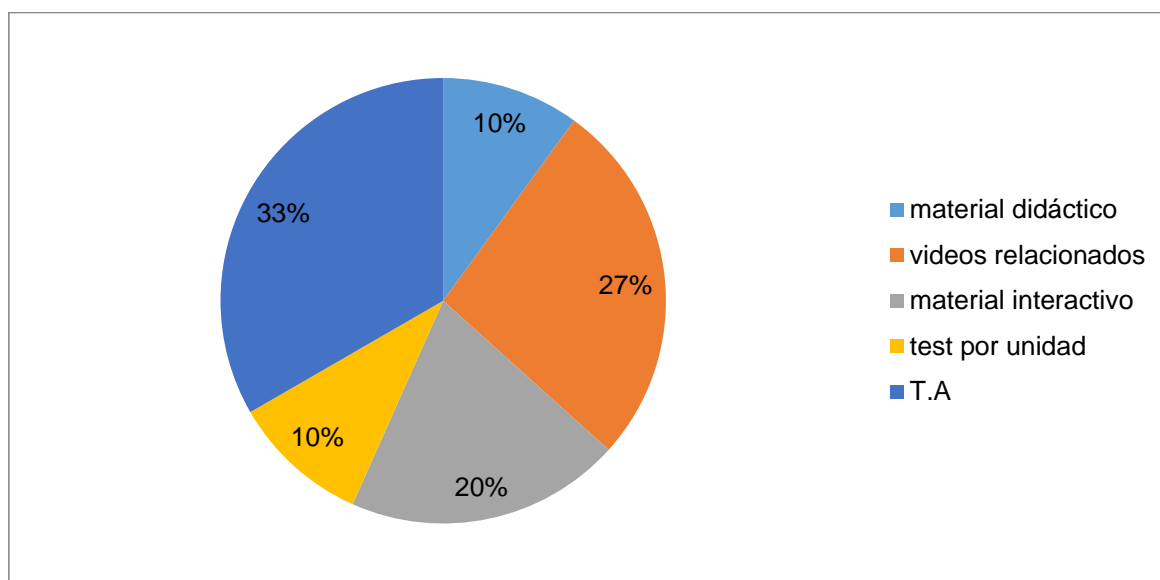


Figura 21. ¿Qué le gustaría encontrar de contenido en el programa?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 27% de los directores o sub-directores encuestados le gustaría encontrar videos en este programa, el 20% material interactivo, el 10% material didáctico, el 10% test por unidad y el 33% todas las anteriores.

Tabla 36. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este programa?

Pregunta 13	500	600	700	800	900
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este programa?	8	10	6	4	2

Fuente: Elaboración Propia



Figura 22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este programa?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se puede observar que el 33% de los directores o sub-directores encuestados estaría dispuesto a pagar 600 soles por este programa, el 27% estaría dispuesto a pagar 500 soles, el 20% estaría dispuesto a pagar 700 soles, el 13% estaría dispuesto a pagar 800 y por último el 7% está dispuesto a pagar 900 soles.